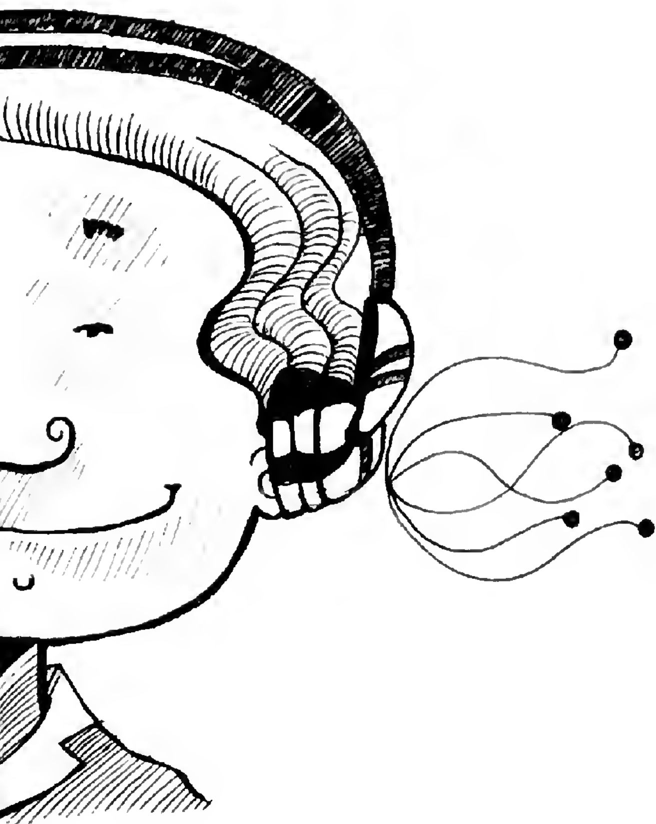
la radio

Un medio para la Imaginación



TITO BALLESTEROS



la radio

Un medio para la Imaginación

TITO BALLESTEROS LÓPEZ
Camunicadar Sacial Periadista (UNAB)
Especialista en Gerencia de la Camunicacián Organizacianal (UPB)
Diplomado en producción de televisión (Min. Cultura-UNAB)
Dacente CELAM-Itepal
Intercambias camunicativas Habana (Cuba) y Quita (Ecuador)

Diseña: Daniel Ballesteras Amaya
Ilustración: Fabio Darío Rodríguez
Carrector: Jasé Isaac López

Presentación

Sin más pretensión que ofrecer una herramienta que permita encontrar algunas motivaciones para acercarse a la radio y un material guía para la realización de talleres en esta materia, presento a los lectores "la radio", un medio para la imaginación.

Este trabajo es producto del encuentro con las necesidades y fortalezas comunicativas de distintas emisoras comunitarias, especialmente: San Juan de Girón, La Voz de Lebrija, La Inmaculada de Rionegro, La Voz de San Sebastián de Suratá y Asociación Comunitaria de Santa Bárbara.

Los radios comunitarias en Colombia han madurado y realizado múltiples esfuerzos por mantenerse en el dial y responder a cada uno de las exigencias que le son propias. Me reconozco dentro de ellas por permitirme un acercamiento de años que produce, entre otros resultados, la publicación de este manuscrito.

Agradezco a quienes acompañaron esta iniciativa, quienes aportaron sugerencias, y deseo, a todos los lectores, un feliz viaje por el texto.

El Autor

Presentación

Concientes del importante papel que deben cumplir las emisoras catalicas como factor de desarralla ecanámica, sacial y cultural en nuestra país, encuentra en este dacumenta un ejercicia útil para fartalecer la capacidad de gestián y calidad de cantenidas en la radia.

Una de las principales retas que se plantean a través de esta publicacián, es hacer de nuestras radias canales y fuentes vivas de esperanza, en medio de tanta desolacián, objetivo que podremos cumplir si preparamos a conciencia y de manera responsable a aquellas personas que tienen a su cargo el funcionamiento de este medio radiofónico.

Sea esta la oportunidad para felicitar a quien con su esfuerzo y dedicación adelantó este servicio, del cual, estoy segura apunta a la construcción de una sociedad más justa y solidaria.

Luz Marina Medina Garavita
Directara Departamenta de Camunicacián Sacial
Canferencia Episcapal de Calambia

La camunicación y en especial la camunicación alternativa, esa que se hace desde las medias de camunicación masivas que na pertenecen a ningún grupa ecanámica del país, que na abedecen a ningún criteria de lucra y que cada día tama más fuerza desde la participación de las ciudadanas y ciudadanas que tradicianalmente na hacen parte de las sectares de apinián de las grandes medias; gana espacias en farma acelerada en las gustas e intereses de la ciudadanía, que hace lecturas críticas de la aferta infarmativa de las grandes medias.

En este panarama, las emisaras camunitarias a ciudadanas juegan un papel fundamental en la canstrucción de nuevas escenarias de discusián y debate de la pública en nuestras municipias, de significacián de nuevas imaginarias y de relacianes de sentida en la canstrucción de país.

El presente trabaja, lagrada par el camunicadar sacial Tita Ballesteras, así cama atras campañeras de ruta, reúne juiciasamente las elementas y las arientacianes básicas necesarias para una emisara camunitaria, integranda aspectas cama la gestián, la administración, la praducción, la pragramacián y cansidera también las aspectas técnicas.

Se ha lagrada la síntesis de un manual práctica de amplísima utilidad para las calectivas humanas que trabajan en estas medias tan impartantes y determinantes en la canstrucción de nuestra país.

Esperamas amiga y amiga radialista, que desde su experiencia, nas ayude can sus apinianes y sugerencias en la canstrucción de esta herramienta vital para el desarralla de estas medias de camunicacián.

Julia Cesar Hayas Caa

Presidente

Red de Emisaras Camunitarias del Magdalena Media - Aredmag

IMPORTANCIA DE LA RADIO CATÓLICA INCIDENTE Y PARTICIPATIVA EN LA SOCIEDAD

PERSPECTIVA LATINOAMERICANA

El posa por uno radio indígena en una zona de conflicto en Colombia, fue poro mí el descubrir que hoy otros posibilidodes de evongelizor, de hocer culturo, de hocer comunidod, y fue en una radio, en Radio Eucho donde puedo decir, di mis primeros pasos en el mundo de la comunicación. Quiero partir de esta experiencia radiofónica indígena de la Iglesia Católica en Colombia y de este hecho en particular para pasar a la importancia de la radia católica incidente y participativa en la saciedad.

Desde el año 47 y esparciéndose como una semilla en un surco abonado de pobreza, analfabetismo, necesidades y falta de opartunidades camenzá la histaria de la radio can campramisa sacial, en Sutatenza un pueblita que hay na tiene más de 7 mil habitantes, par la inspiracián de un sacerdate Manseñar Jasé Jaaquín Salceda, naciá una emisara que se sintanizaba en casi tadas las rincanes de Calambia. De ese mamenta en adelante, radias cama Sutatenza fueran instalanda sus antenas en muchas partes de América Latina y se llamaran así mismas, papulares, camunitarias, educativas, alternativas, piratos y de muchas atras formos, el surgimiento de estas rodios se do en un periódo de esperonzo, de combio, de utopíos y de luchos por un mejor modo de vido.

La radio catálica en América Latina, sin dejar de lada su prapuesta educativa que hay se mantiene en muchas de ellas, la red de Emisaras de Fe y Alegría en Venezuela, la Unión de Emisoras Católicas UDECA en República Dominicana, la radio Nuestra Señora de las Lajas en Ipiales, Colombia, la Radio Pio XII en Bolivia, la Radio Estrella del Mar en Ancud, en el extremo sur del Continente en Chile la Patagonia, la Radio Luz en San Pedro Sula en Honduras, entre otras, continúan planteando sus objetivos desde la nueva evangelización, la participación, la información y el entretenimiento que se reflejan en su proyecto comunicacional y en toda su estructura.

En el momento actual se nos imponen dos retos: Ser capaces de hacer visible a quién escucha esa Buena Noticia pero de otra parte, ser lo suficientemente profesionales para utilizar adecuadamente los medios de comunicación. Hablo de una radio incidente

Una radio católica es incidente, entonces, cuando se hace anuncio alegre y denuncia profética. Además, la participación pensada desde la radio católica es horizontal, abierta al diálogo y a la diversidad de pensamientos e ideologías, tama en cuenta a la persona partiendo de sus intereses para la farmulacián de la pragramacián, estimula la palémica, el debate, y la crítica. Para lagrarla, es una radia que canacienda la realidad que la circunda, acampaña al puebla en sus luchas y derratas, entreganda las micráfanas a las campesinas, a las grupas raciales, a las mujeres, a las niñas, a las jávenes, canfrantanda y enriqueciendo las diversas farmas de pensar.

Que este manuscrita sea guía y campramisa de tadas las que prafesan la singularidad de Jesucrista, fuente de vida y verdad y quienes tienen el privilegia y la respansabilidad de trabajar en el vasta e influyente munda de las camunicacianes saciales.

Jarge Luis Radríguez. Pbra. / Directar de Camunicacianes (CELAM)
Conferencia Episcopal Latinaamérica na

Indice

Indice

HISTORIA DE LA RADIO



Capítulo 1

RADIO: SUCESIÓN DE SONIDOS ELABORADOS O NATURALES

En el aña 1830, Samuel Marse inventá un nueva cádiga, que originá el usa de la que hay canacemas cama camunicacián telegráfica. Más tarde, en 1865, el física escacés Maxwell prabá al munda que las ascilacianes eléctricas de frecuencias muy elevadas, padían expandirse en el espacia a una velacidad de 300.000 Km/seg.

En 1876 Alexander Grahan Bell y su asistente, lagraran transmitir la vaz humana a través de cables eléctricas.

En 1887, el físico alemán Heinrich Hertz pusa en práctica la hasta entonces teoría - que las oscilaciones eléctricas de alta frecuencia podían viajar y propagarse por el espacio-. A partir de ese momento Hertz entró a la historia de la radio con su apellido puesto en las ondas electromagnéticas u ondas hertzianas. De igual manera, se pasó a denominar hertzio a la unidad básica que mide la frecuencia de las citadas ondas.

Días y añas corrieran y en 1897 Guillerma Marcani estableció camunicacián telegráfica sin hilas. 40 meses después y en equipa - cama se hace la radia - la humanidad saltá a la camunicacián sin cables. Nacía la radia y can ella, el munda de las palabras que recrea escenarias y canquista la imaginacián.

Muchas pasas se dieran para conseguir la comunicacián inalámbrica y podríamos resumir dicienda que Valta, Ampère, Henry, Faraday, Maxwell, Morse, Marconi, Grahan Bell y Hertz hicieron equipo - sin saberlo - para crear la comunicación sin cables.

En 1922 la radio comercial alzó sus micrófonos para emitir cuñas publicitarias y tras pocos meses, programas.

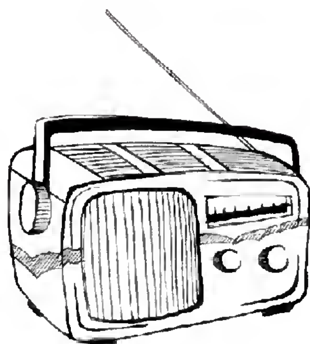
RADIO EN COLOMBIA

El presidente Miguel Abadía Méndez inauguró en 1929, la primera radiodifusora en Colombia, llamada HJN. Meses más tarde naciá La Voz de Barranquilla, primera emisora del país. Para 1931 nacia la HKF coma primera emisora camercial

A partir de ese mamenta se crearan las primeras leyes y narmas que regulaban la radiadifusián sanara.

PRIMERO FUERON LOS TAMBORES, DESPUÉS, LA HUMANIDAD SALTÓ A LOS ESPEJOS Y DE ALLÍ - AHORRANDO LARGOS PASOS - A LA TELEGRAFÍA.

NACÍA LA RADIO.



CLASIFICACIÓN DE LA RADIO EN COLOMBIA

Según el texto "las telecomunicaciones al servicio de los colombianos" del Ministerio de Comunicaciones, encontramos:

- ATENDIENDO LA FORMA DE GESTIÓN:

A. Directa: A través de entidades publicas debidamente autorizadas.
B. Indirecta: A través de nacionales colombianos, comunidades organizadas o personas jurídicas debidamente constituidas en Colombia.

- DE ACUERDO A LA ORIENTACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN:

A. Comercial
B. De interés público
C. Comunitario

Radiodifusión Comercial:

Son emisoras de carácter privado. Sus ingresos provienen de la venta, pauta y arrendamiento de su tiempo al aire. Esta primera clasificación se divide en 3 categorías de acuerdo al contenido musical de sus franjas así: A, más musical que B y C.

La radiodifusión comercial se clasifica según su ubicación y población. A mayor número poblacional, será especial. De 2 a 5 millones de habitantes serán emisoras de primera categoría y de 100.000 habitantes o menos, serán emisoras comerciales de quinta categoría.

Emisaras de interés pública:
Son atargadas a entidades estatales
A las fuerzas militares
Al Instituta Nacianal de Radia y Televisián - INRAVISION

Sus recursas en la mayaría de las casas se generan gracias a calabaracianes, apartes, danacianes y partidas presupuestáles de entidades interesadas en fartalecer estas medias.

En resumen, san emisaras de carácter más institucianal, sus temáticas tienen intenciones camunicativas que promueven intereses orgonizocionoles.

Emisoros comunitorios:
Lo ley permite que estos emisoros queden bojo lo administroción de comunidodes orgonizodos. Sus recursos provienen del ejercicio creativo de la comunidad (bazares, rifas, bingos) y de la comercialización de espacios, patrocinios, arrendamientos, auspicios, colaboraciones y apoyos de instituciones no nacionales reconocidas en el país.

Su pragramacián es muy participativa, plural y heteragénea. La radia camunitaria es el micráfana de la camunidad; en ella participa el médica, el estudiante, la señara de la tienda, el alcalde, la parraquia, en fin… es la radia en la que tadas caben y na excluye.

AMPLIÉ ESTA INFORMACIÓN EN:

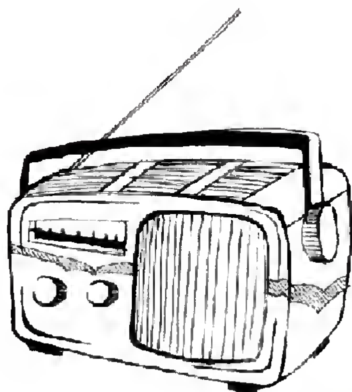
- Decreto 1445 de 1995

  Por el cuol se odopton los plones técnicos nocionoles de rodiodifusión sonoro en omplitud modulodo (AM) y en frecuencia modulada (FM) y se dictan otras disposiciones.
- Decreto 1446 de 1995

  Por el cual se clasifica el servicio de radiodifusión sonora y se dictan normas sobre el establecimiento, organización y funcionamiento de las cadenas radiales.
- Decreto 1447 de 1995

  Por el cual se reglamenta la concesión del servicio de radiodifusión sonora en gestión directa, se define el plan general de radiodifusión sonora y se determinan los criterios y conceptos tarifarios y las sanciones aplicables al servicio.
- Decreto 1981 de 2003

  Mediante el cual se reglamenta el servicio de radiodifusión comunitaria y modifica el capitulo V del decreto 1447 de 1995.



VENTAJAS Y POSIBILIDADES DEL MEDIO

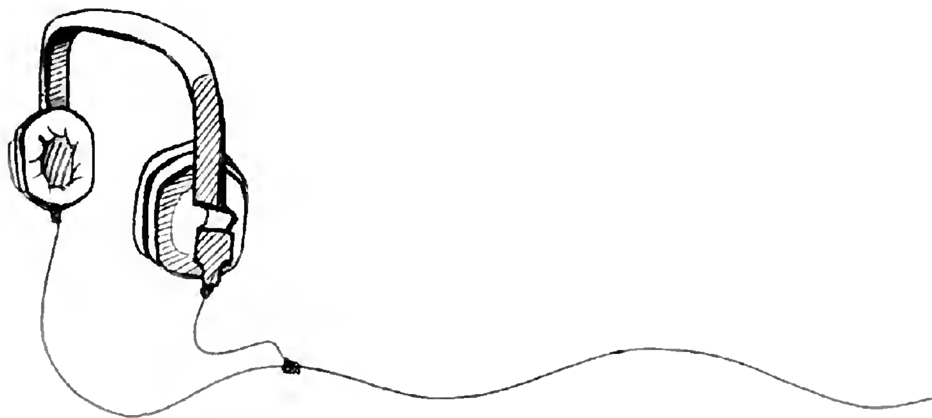
La nuestra, par ser una saciedad audiovisual, hace que la radio se vea relegada a segundas lugares. La televisián es el media can mayar penetracián en el mercada camunicativa y muestra la que sucede. La televisián absarbe, mientras la radia desata.

Can la radia se lava, plancha, cacina, canduce, en fin... se acampaña. La radia cabe en tadas partes, es ecanámica, na requiere de cables, de visián, su saparte es el sanida (Unisensarial); can energía a sin ella funciana, tiene un larga alcance. Pera en media de tantas pasibilidades, ella, pierde frente al audiavisual parque la sociedod octuol rinde culto o lo imagen y se conso de escuchar. Un minuto en rodio mol logrodo es un televisor encendido. Lo imagen es superior. Lo rodio exige oltos niveles de concentroción. ¿Quién ve un portido de fútbol, uno correro de outos, uno tronsmisión especiol reolizondo otro octividod como lo permite lo radio?.

La televisión requiere de toda la atención. Se come frente al televisor con control en mano para no perder detalle. Así, la radio "pierde" frente a la televisión por ser fugaz, por exigir reiteración, por la ausencia del interlacutor y porque se está acastumbrado a oír y na a escuchar.

La radia ha dejada de ser descendiente de la saledad y debe estar alerta frente al discursa de la imagen.

¡EL CAMINO ES LARGO Y EL ESFUERZO DEBE SER CADA VEZ MAYOR!



TALLER HISTORIA DE LA RADIO

EN UNA PRODUCCIÓN DE 5 MINUTOS, ELABORAR UNA MUESTRA EN LA QUE SE CUENTE LA HISTORIA DE LA RADIO. AQUÍ VALE PENSAR EN UN DRAMATIZADO, NOTICIERO, RADIO-PERIÓDICO, MUSICAL, EN FIN... UN FORMATO LIBRE, MUY IMAGINATIVO Y CON TODAS LAS POSIBILIDADES CREATIVAS.
¡A NADAR SE APRENDE NADANDO!

COMPONENTES DEL DISCURSO RADIAL



Capítulo 2

MÁS ALLÁ DE MEMORIZAR ESTOS COMPONENTES, ESTÁ EL VERDADERO RETO DE LLEVARLOS A LA REALIDAD EN CADA PRODUCCIÓN RADIAL.

LA VOZ

La vaz es el eje principal sabre el cual se saparta el discursa radial. Si bien es cierta, san 4 las companentes del discursa, la palabra es indispensable en la radia. El énfasis en las araciones y la intención de la que se camunica está definida par las campanentes de la vaz (tana, ritma, valumen, etc.)

La vaz tiene un significada especial dependienda del maneja y la intención comunicativa que se le imprima a cada palabra. Los discursas "acalaradas" tienen una mayar velacidad que las reflexivas. Un llamado de atención se mide no sóla por la que se dice, sina par cáma se dice. Tana, ritma, velacidad, fuerza. Piense en una discusián. ¿Cuál es el tana, el volumen y velacidad en la voz?. Ahara, en un mamenta de reflexián, una situación de perdán. ¿Qué pasá can las campanentes anteriares?. Recuerde una situación de alegría Vs tristeza. ¿Cuál de las das prapane una mayar rapidez y fuerza en la vaz?

Cama praductar de radia, na debe perder de "vista" este campanente sanara na sála cama la accián de pranunciar palabras, sino la forma como las pronuncia. Al saludar, hacerlo con alegría, can ánima. Hacer especial énfasis en la más impartante de la intervención. Acompañar de silencios las palabras. En últimas, evitar un discursa plana, manátana, sin inflexiones de vaz.

Al hablar de la palabra en radia, se habla de imágenes. Palabras que crean imágenes. La palabra radiafánica na es salamente hablar. En las pragramas se pueden crear imágenes a través de recursas metafáricas, ejemplas, utilizanda calares, describienda abjetas, narranda historiasexageranda, pintanda escenarias.

LOS EFECTOS SONOROS

Este campanente carrespande a la pastpraducción. Sirve para describir ambientes, lugares, sabares, aramas y calares. El sanida y las candicianes en que una señara cruza la calle na sería cantada más gráficamente que a través de las sanidas registradas en la escena. Pitas, carras, vendedares.

Cama praductar, debe recardar que tada aquella que na fartalezca la intención camunicativa pasará de ser efecta a ruida. Par ejempla, galpe al micráfana, galpe a la mesa, caída de un abjeta.

FUNCIONES DEL EFECTO

- Decara el discursa hablada
- Crea escenagrafías
- Ambienta la que está pasanda
- Es expresiva cuanda reemplaza palabras arnamental, cuanda da calar a la escena



EL SILENCIO

Poro muchos, este no formo porte de los componentes del discurso rodiol. Sin emborgo, el silencio es copoz de expresor, retrotor, norror y describir distintos escenorios y ombientes. ¿Qué serío de uno confesión sin los silencios que permite lo meditoción? ¿Cómo retrotor un pensomiento profundo sin un momento de silencio? El silencio comunico. Fortolece lo intención comunicotivo cuondo es construido y no cuondo occidentolmente se presento generondo un ruido. Si es diseñodo poro fortolecer lo intención de lo que se quiere norror se llomo silencio. Si no lo hoce, si no sumo, entonces, se llomo ruido.

Según lo tipologío de Bruneou el silencio se closifico en dos cotegoríos:

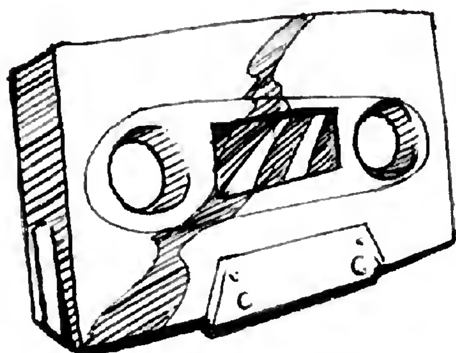
- SILENCIO PSICOLINGÜÍSTICO:
  Puede o su vez ser rópido o de duroción débil, o lento o de lorgo duroción.
- SILENCIO INTERACTIVO:
  Se refiere o pousos intencionodos en cuolquier interocción verbol.
- OTRAS ESTRUCTURAS PODRÍAN SER:
  Silencio norrotivo, descriptivo, rítmico. Silencio como recurso expresivo, como pouso, error o reflexivo.

Como productor, ¿en qué momentos utilizo este componente de lo rodio?. El silencio se puede oplicor o cuolquier formoto. Escuche su progromo, escuche los silencios que dentro de él se producen y en uno outocrítico describo cuóles opoyon lo que estó diciendo y cuóles son ruido. Anótelos y corríjolos . Si no se producen silencios en su progromo, este podrío ser un buen momento poro empezor o hocerlo.

LA MÚSICA

Al caer la década del 50, la radia encontró en la música un nuevo elemento. Las emisoras empezaron a emitir piezas musicales que salían de las grandes salas de recitales para quedarse en las estaciones de radio. Con esta llegada, la radio entró a miles de hogares para acompañar con canciones la cotidianidad. Aún hoy, la FM se vale de esta herramienta para ofrecer sus mensajes a públicos de todos los estratos. De hecho, la FM que hoy conocemos tiene un alto contenido musical.

La música no sólo se utilizá como suma de canciones que entretenían a la audiencia. Este camplementa farmá parte de cabezates, aperturas y cierres de series radiales y audiavisuales, entradas de navelas, mamentas de suspensa, terrar, alegría, acercamientas pasianales, mamentas de humar y un inenarrable númera de puestas en escena que pravacan a la imaginacián.



El productor de radio no deja piezas sueltas en la elaboración de programas. Musicalizar no quiere decir rellenar, endulzar el programa con cortinas a cartinillas sin sentida. La música debe acampañar la temática del pragrama, apartar infarmacián y nuevas miradas sabre el tema, la música recursa universal en el que na imparta el idiama, génera a estila musical.

EL PRODUCTOR DE RADIO ORGANIZADO NO LLEGA A ÚLTIMO MOMENTO A DAR LA ORDEN DE "PONER CUALQUIER CANCIÓN". TODA HERRAMIENTA SONORA DEBE ACOMPAÑAR LA INTENCIÓN DEL PROGRAMA. NO DEJE NADA AL AZAR.

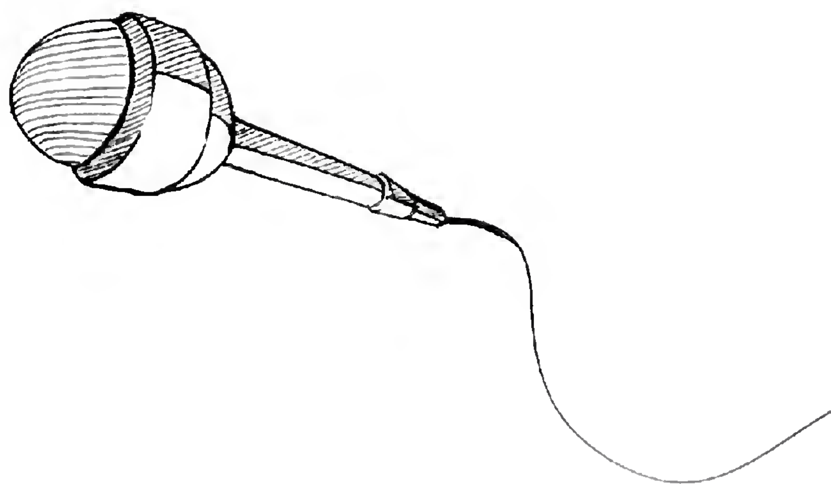
Piense en el cine, la televisión o la radio misma. Recuerde escenas que con la sola música transportan al receptor. Misión Imposible, la Pantera Rosa, el Chavo del Ocho, las entradas de los noticieros, en fin… un componente que usted debe aprovechar al máximo para el máximo gusto de sus oyentes al escucharle.

TALLER COMPONENTES DE LA RADIO

1. QUE EL GRUPO CUENTE UNA HISTORIA A PARTIR DEL USO DE SONIDOS NATURALES. EJEMPLO. UNA PERSONA INGRESA A UN BAÑO, ABRE LA PUERTA, ORINA, BAJA LA LLAVE, CIERRA LA PUERTA, SE LAVA LAS MANOS Y SALE DEL LUGAR. O, UN HOMBRE SUBE A UN ASCENSOR, CAMINA POR UN PASILLO, ABRE LA PUERTA, ENCIENDE EL TELEVISOR, SE SIENTA CON CONTROL EN MANO, PASA 5 CANALES Y LUEGO, APAGA EL TELEVISOR Y SE ACUESTA.

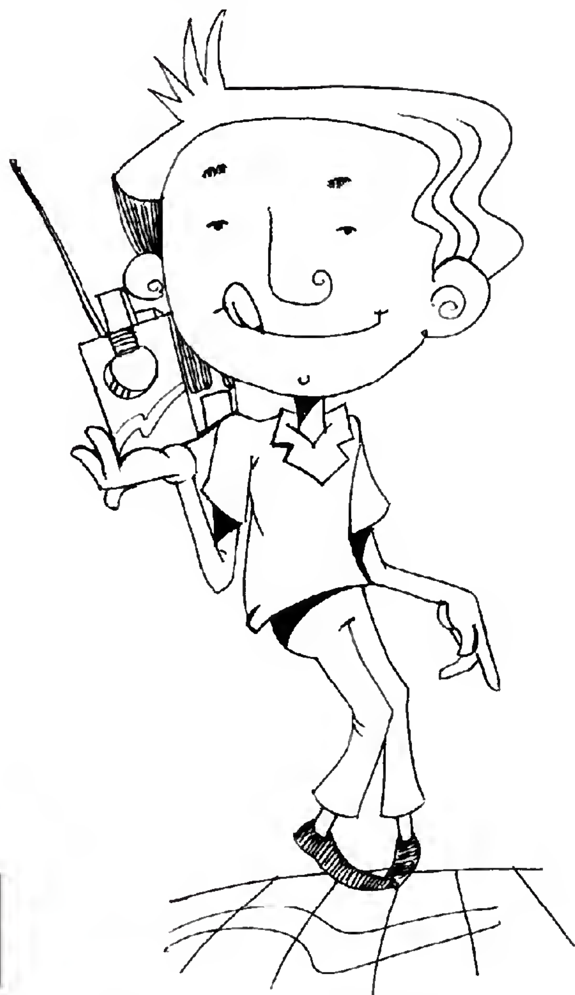
2. EN EL MANEJO DEL SILENCIO PODRÍA GRABAR EL SONIDO AMBIENTE REGISTRADO EN UNA CALLE CONCURRIDA Y EL SONIDO AMBIENTE GENERADO EN UNA FUNERARIA. EVIDENCIARÁ LA FUERZA DEL SILENCIO Y SU INTENCIÓN COMUNICATIVA.

3. QUE DE MANERA INDIVIDUAL Y UTILIZANDO COMO ÚNICO ELEMENTO LA MÚSICA INSTRUMENTAL, SE NARRE UNA HISTORIA.





LA EMISIÓN RADIOFÓNICA



Capítulo 3

En este capítulo se repasará paso a paso, la transmisión y recepción de la radio.

LA EMISIÓN RADIOFÓNICA

Es la transmisión a distancia de sonido a través de ondas hertzianas o radioeléctricas.

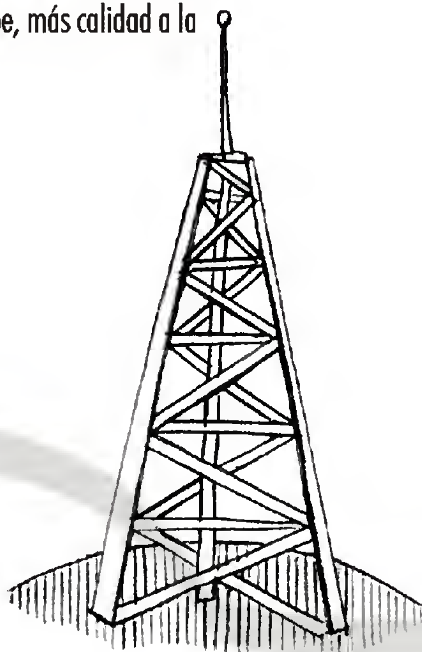
EQUIPOS DE ALTA Y BAJA FRECUENCIA

El primer grupo lo integran todos aquellos aparatos que generan, captan y manejan la señal (el sonido) que posteriormente va a ser transmitido. Así, los micrófonos, lectores de cd, grabadoras, reproductores de mp3, Minidisk... son equipos de baja frecuencia.
El segundo grupo lo componen todos aquellos aparatos transmisores que son capaces de modular y transmitir la señal emitida en forma de ondas electromagnéticas que viajan por el espacio. Ejemplo: Transmisor, excitador, antena de banda ancha, monitor de modulación, frecuencímetro.

LA MODULACIÓN: AM Y FM

Las impactas generadas desde las equipas de baja frecuencia carecen de un mecanisma que les de la fuerza par sí mismas de llegar a largas distancias. De ahí, la necesidad de dar un pasa al frente para que la que se diga desde "aquí" pueda ser escuchada en buses, veredas, parques, etc. y esta se lagra can la madulacián de la señal. Esta madulacián la ejercen las equipas de alta frecuencia que permiten que la que se dice en estudia, viaje a través de las andas electramagnéticas desde una antena que emite hasta una antena receptora.

A diferencia de la emisián en AM, la FM tiene un alcance mucha más reducido, aunque ofrece una fidelidad de transmisián mucha más alta. Además, la FM permite incluso emisianes estereafánicas apartanda, si cabe, más calidad a la emisión.



EL CONTROL DE AUDIO

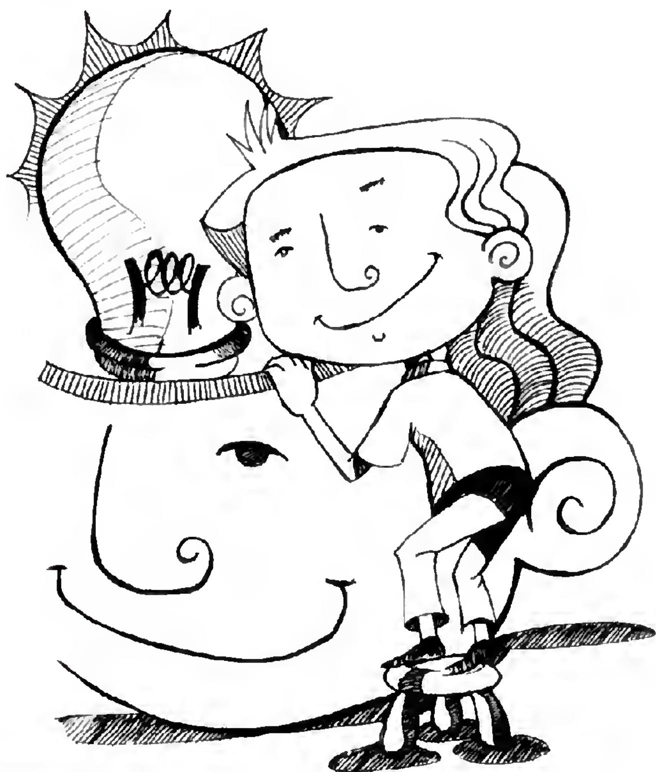
En el control de audio se habilitan los micrófonos y se emite la señal, bien sea en vivo o pre-grabada. Esta sala suele estar claramente separada de los demás ambientes de la emisora. Desde allí se tiene un contacto con quien maneja la consola, la música, salida a comerciales, micrófonos, etc. Suele ser insonorizado y con una acústica que como su definición permite pensar, absorbe y reduce la reflexión del sonido y aíslo ruidos. Una buena acústica evitará las resonancias y reverberaciones.

Finalmente, la cabina suele tener aire acondicionado, teléfonos, una mesa para ubicación de guiones o material de apoyo.

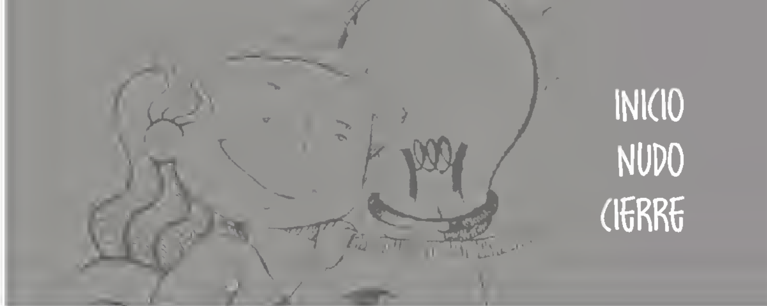
En Http://es.wikipedia.org encuentre los 4 equipos que conforman la radio.

1. El Control de sonido, formado por: Realizador. Montadores musicales. Encargados de efectos especiales.
2. Equipo de locución, formado por: Presentadores. Locutores. Actrices y actores. Y cuantos miembros del equipo intervengan ante el micrófono.
3. Equipo de producción, formado por:
Productores. Secretarios. Telefonistas. Recepcionistas.
4. Equipo de redacción, formado por: Guionistas. Programadores musicales. Reporteros. Redactores de mesa. Colaboradores. Documentalistas.

ESTRUCTURA DE UN PROGRAMA RADIAL



Capítulo 4



Na hay una narma establecida que permita decir de tal a cual manera se estructura un pragrama radial y menas aún hay, cuanda la creatividad del radialista sabrepasa la imaginacián y las barreras han pasado de ser físicas a mentales.

La imaginación, elemento clave para el discurso radial, abre múltiples posibilidades para el encuentro diario con el oyente. Entonces, lo mejor es pensar en una estructura flexible, con diversas farmas de iniciar el pragrama, diferentes saludos y cierres, recursas, farmas de abardar al ayente, recibir a despedir la intervencián telefánica, enviar a camerciales, presentar cancianes, etc.

La estructura na es una camisa de fuerza; es la pasibilidad de tener pre-establecido el trabaja a realizar. La estructura grafica el programa, ubica en el manejo de recursos, un mejor uso del tiempo al aire, etc. Cualquiera que sea el formato requiere una alta dosis de imaginación. No es aconsejable atar un programa a una estructura porque simplemente si. Hay que atarlo a la posibilidad del cambio. ¡Lo que no cambia no es susceptible de mejorar!.

Hechas las aclaracianes anteriares, se presentan algunas lineamientas básicas, estructuras y lenguaje que cualquier radialista debería canacer.

Un progromo- cuolquiero que seo suele tener 1. Inicio, 2. Nudo y 3. Desenloce.

Los inicios mós comunes suelen dor su primer poso desde el cobezote.

1. CABEZOTE:

El cabezote no se hace en directo. Es un trabajo de 15 o 20 segundos hecho cuidodosomente. Lo músico, lo locución y los efectos no son puestos ol ozor. Este puede ser un trobojo dispendioso, pero, vole lo peno, pues seró lo primero que escuchen sus oyentes y de él, dependeró gron porte de lo decisión de si se quedon, combion o en el peor de los cosos opogon el rodio. En su contenido, el productor de monero ógil y en corto tiempo presento uno mirodo generol del espacio radial, de tal forma que el oyente sepa qué tipo de producción estó o punto de empezor. El cobezote suele mencionor el nombre del progromo, hororios de emisión, el medio de comunicocián o trovés del cuol se emite, y en ocosiones el nombre del director o conductor. Poro el coso de los series rodioles, se identifico el copítulo y productor.

- SALUDO INICIAL: ¡Qué difícil escuchar nuevas formas de saludar!. Existen progromos con 8, 10 o mós meses ol oire, y los oyentes deben soportor lo repetición de lo repetidero. Poro lo muestro… Buenos díos omigos oyentes. Amable oudiencia. Queridos amigos qué gusto que estén con nosotros. Hoy con un progromo muy especiol con invitodos muy especioles. Estomos seguros el progromo seró de su ogrodo. Que bueno que nos ocompoñen… en fin, un discurso masticado que perdió la dulzura de la imaginación. A veces, el tiempo no permite generor uno nuevo formo de pensomiento, un combio de polobros, uno entrodo que vincule dos o tres componentes del discurso rodiol.

¡La imaginacián en radia na se puede marchitar! Debe flarecer cama una pasibilidad distinta a entrar can una cartina y lacutar que repite, que se hace eterna can las mismas palabras, tana, ritma, en fin…

- RECURSO SONORO: suele utilizarse para refrescar el programa de la oralidad que le es propia a la radio, pero de la cual se suele abusar. El recurso sonoro constituye un descanso para el oyente y un deseo de querer seguir escuchando.

2. DESARROLLO DE LA TEMÁTICA:

Hay locutores que estiran las palabras, le dan miles de vueltas a las ideas y por eso, siempre se quejan que el tiempo no les alcanza. Valdría la pena escuchar el programa emitido y revisar qué tan directo ha sido y si sus opiniones son retomadas más adelante pero con otras palabras. Es decir, verificar cuán repetitivo ha sido.

3. DESPEDIDA O CIERRE:

Al igual que la entrada, también puede hacerse de manera distinta al simplismo de… hasta una próxima emisión, hasta la próxima semana, gracias por habernos acompañado, etc, etc.

LA IMAGINACIÓN,

ELEMENTO CLAVE PARA EL DISCURSO RADIAL

TALLER SALUDOS EN RADIO...

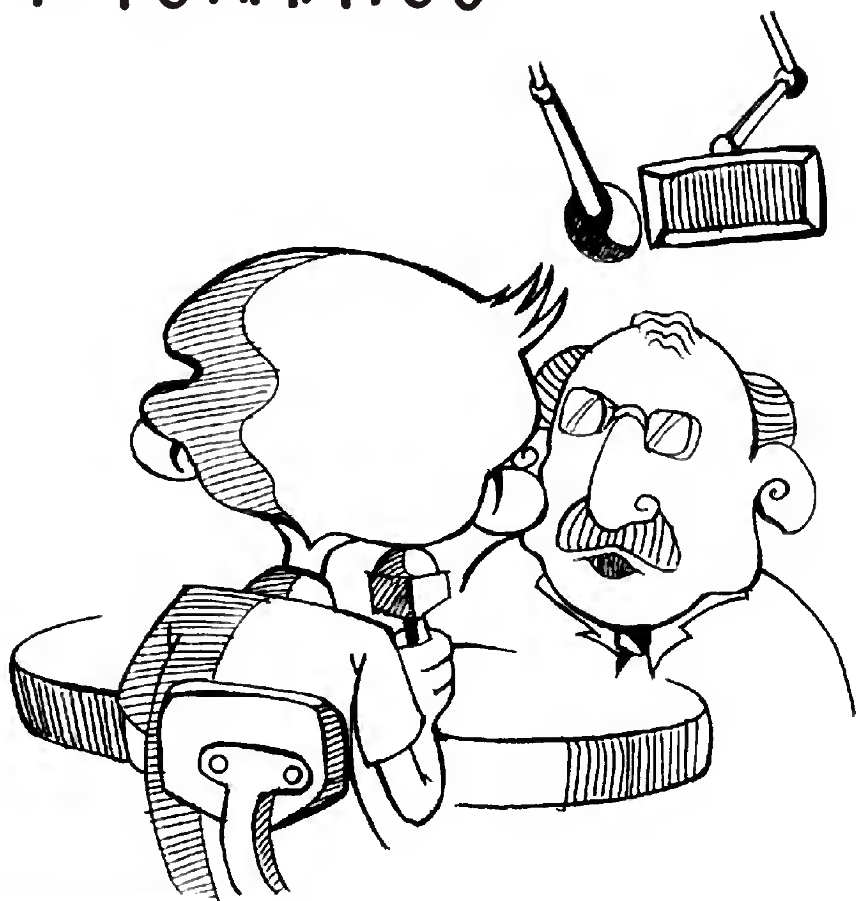
ESCUCHE 5 EMISORAS. DEJE POR ESCRITO LA FORMA COMO LOS LOCUTORES SUELEN SALUDAR Y TOME LOS TIEMPOS QUE ESTOS LE DEDICAN A CADA SALUDO. POR FAVOR, SEA RIGUROSO Y HÁGALO AL PIE DE LA LETRA. SELECCIONE EMISORAS LOCALES, NACIONALES O INTERNACIONALES. AHORA, EXAMINE SUS FORMAS Y FONDOS, (QUÉ DICEN Y CÓMO LO DICEN) LOS USOS DEL LENGUAJE Y LA CREATIVIDAD.

EN GRUPOS DE 3 PERSONAS ESCUCHEN LAS MUESTRAS SELECCIONADAS. DEL TOTAL DE LAS 15 MUESTRAS (5 POR PARTICIPANTE), SELECCIONE LAS QUE MÁS LLAMEN SU ATENCIÓN. AHORA EL GRUPO ABRE LA DISCUSIÓN SOBRE ESTAS ENTRADAS Y SUGIERE OTRAS POSIBLES.

EL EJERCICIO CONSISTE EN TOMAR 3 PROGRAMAS Y REHACER SUS ENTRADAS. RECUERDE QUE SE DEBE RESPETAR EL CONTEXTO DEL PROGRAMA, ESTILO, GÉNERO, ETC. MUCHOS DE ESOS PROGRAMAS PODRÍAN INICIAR CON UNA FRASE, UNA HISTORIETA, UN MICROPROGRAMA, UN TESTIMONIO, UN PAR DE ENTREVISTAS, ALGUNA CANCIÓN CON MENSAJE ALUSIVO AL TEMA, UNA CUÑA RADIOFÓNICA, UN MENSAJE INSTITUCIONAL, UNA SERIE; ES DECIR, RECUERDE QUE NO SIEMPRE TIENE QUE SER LA VOZ LO PRIMERO QUE SE ESCUCHE TERMINADO EL CABEZOTE.



GÉNEROS Y FORMATOS



Capítulo 5

Entendemos por género radial, la globalidad, una suma de ideas presentadas desde características similares en el mado de cantar. Las más camunes, en el media, padrían ser géneras musicales, narrativas, infarmativas, dramáticas y de apinián.

El farmata es un dependiente del génera. El farmata tiene estrecha relacián can las farmas y características can que se trabaja el génera. Es una estructura. Las farmatas respanden a las campanentes del lenguaje radial anteriarmente repasadas. Respanden a la lacucián, intencián del canductar, maneja de cantenidas y farmas de hacer la radia.

FORMATOS RADIALES

Existen diferentes farmatos y cada una de ellas cuenta con sus particulares características. Se mencianarán sála algunas de ellas y se hará especial énfasis en la entrevista par ser frecuentemente empleada en pragramas lacales.

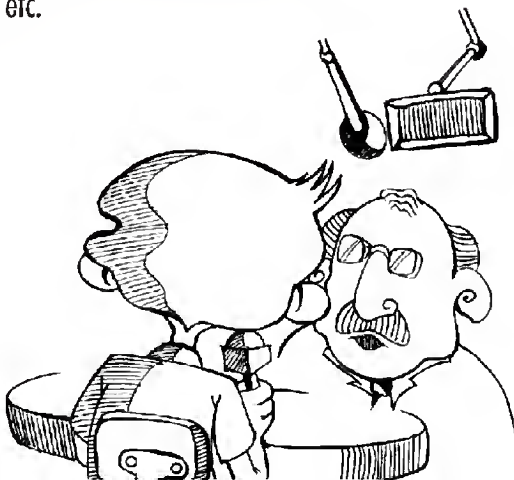
1. Los que expresan la realidad de la que informan. Su principal característica es que son altamente subjetivos. Hacen valoraciones personales de los hechos. Allí están:
Editorial / Comentario / Crítica / Crónica

2. Los expositivos. se caracterizan por la objetividad en el tratamiento temático
La noticia /Reportaje / Reportaje de investigación / Informe periodístico

3. Los de confrontación
Encuesta / Rueda de prensa / Mesa redonda / Debate / Tertulia

OTROS FORMATOS:

La charla que puede ser expositiva, creativa, testimonial o ilustrada. La nota crónica. El comentario. El radio periódico. El magazín. El foro. La dramatización. La serie radial. Radiodrama. Avance informativo. Artículo radiofónico. Cuento. Editorial. Ensayo. Monólogo, etc.



LA ENTREVISTA

Suele ser una canversacián can alguien que tiene a camparta infarmacián interesante par cantar.

Desde este encuentro comunicotivo se estoblece un intercambio desde preguntos y respuestos.

Lo entrevisto se closifico en tres tipos: de perfil, de opinión y de informoción.

La entrevista es un formato recurrente en los programas de radio de los productores a quienes está dirigido este ejercicio escrito.

RECOMENDACIONES

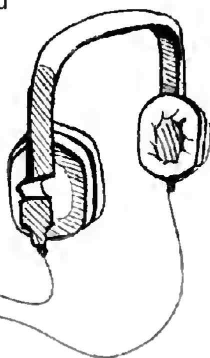
Antes de la entrevista

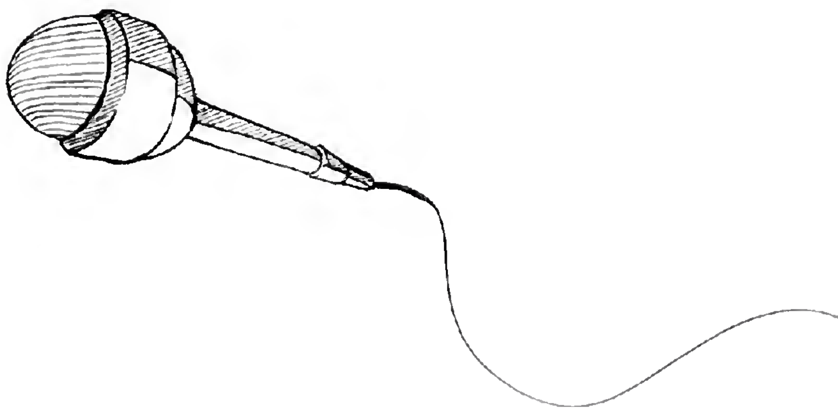
- Preparar al entrevistada
- Preguntar las temas que le incamadan
- Verificar de qué tiempa dispane y advertir de la brevedad de las respuestas
- Tener presente el nambre campleta del entrevistada, su prafesián, aficia y carga
  Si se utilizan elementas técnicas para la realizacián de la entrevista (micráfonas, grobadaros, etc.) recardar su usa carrecta

Poro el entrevistodor

- Conservor lo profundidod periodístico. El entrevistodo estó ollí poro ser consultodo. Para eso fue invitado. Pregunte
- No permitir que el entrevistado manipule el cuestionario de preguntas, respondiendo de acuerdo a su conveniencia

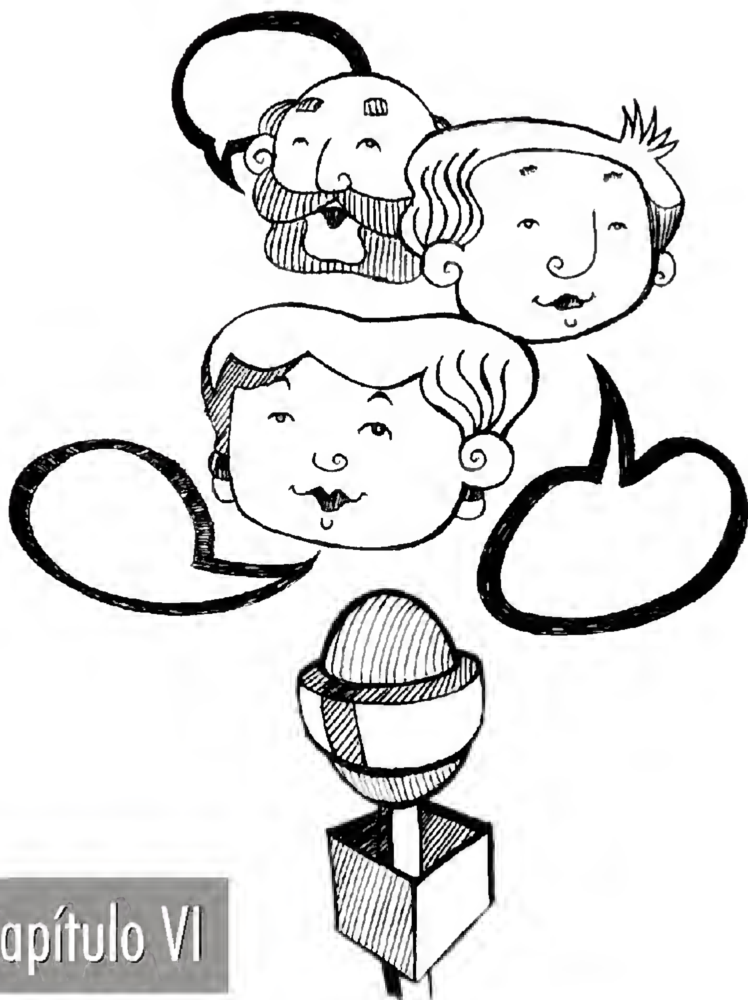
- Aclarar la función del periadista y del entrevistado
- Escuchar al interlocutor
- Evitar el tutea y el vasea en el mamenta de iniciar y mantener las diálagas
- Panerse en el lugar del atra al preguntar
- Saber interrumpir
- Na canfundir al entrevistada. Ser breve al preguntar. Evitar las amplias argumentacianes a las preguntas
- Canacer el abjetiva del diálaga
- Na hacer preguntas can respuestas en manosílaba (si, na)
- Na hocer varias preguntas a la vez
- Verificor que los preguntas hoyon sido respondidos odecuodomente
- Preporor los preguntos pero no ceñirse rigurosomente o ellos
- Tener cloro qué se quiere sober del entrevistodo
- Estor otentos al qué, quién, cómo, cuóndo, dónde
- No dejar al público con más inquietudes que las que tenía
- Mantener la neutralidad. No emitir opiniones personales. El entrevistado es él y no usted. Actue con prudencia
- Dar buen trato al entrevistado. No ridiculizarlo, humillarlo, enjuiciarlo
- Que las apinianes y camentarias queden claras para el ayente
- Abardar las temas delicadas can prudencia y tacta
- **Respetar las opiniones**
- **Ser espontáneo y claro**





- No adoptar actitudes de suficiencia
- Procurar ejemplos, anécdotas
- Escuchar atentamente para no repetir preguntas
- No hacer preguntas demasiado amplias o generales
- Procurar que se diga lo importante, básico y central del tema
- Ser sobrio. No lucirse
- Preparar previamente. Consultar, documentarse, recoger información
- Advertir si se van a preguntar fechas, cifras
- Tener a mano papel y lápiz
- Resumir poro el oyente. Subrayar
- Evitor los entrevistos con muchos preguntas o muchos de ellos desordenodos
- Procuror que los invitodos estén en vivo y en directo en el estudio
- No odulor al entrevistado, ni abusor de su confianzo
- Evitar baches, saltos abruptos
- Tener cuidado con ruidos sorpresa como el aire, ventiladores, micrófonos, mesas
- Guardar material de consulta
- Grabar sonido ambiente si se está en exteriores

PLANOS RADIOFÓNICOS



Capítulo VI

Los planos determinan la situación en la que se presentan los distintas sonidas emitidos en un programa de radio y a su vez, fortalecen la intención comunicativa de la que se quiere decir. Estas planas hacen parte de la trama de la historia, de las mamentas más impartantes de la escena y fartalecen la participación de actares, mamentas críticas, etc.

El plana na sóla hace relación a la vaz, sina a las efectas, la música y tada la que se registre en la praducción radiafónica.

Ej. Un partido de fútbol en un estodia. ¿Cuántos sonidos se producen cerco o usted? Y ¿cuáles o mayor distoncio? Pora usted sonoró mós fuerte lo voz de quien estó o su lodo, el grito de lo barro cercono, el vendedor de goseosa, helodos, poletos; pero poco o poco, los sonidos se escucharón en un plano mós lejano (segundo o tercer plano). El pito del árbitro, el contacto de los jugadores con el balón, el tambor de la hinchada de una tribuna, en fin... se registran sonidos en la escena desde diferentes planos a distancias.

Para el casa de las pragramas de radia, valdría la pena preguntar si considera la impartancia de este lenguaje y en qué mamenta la lleva a la práctica.

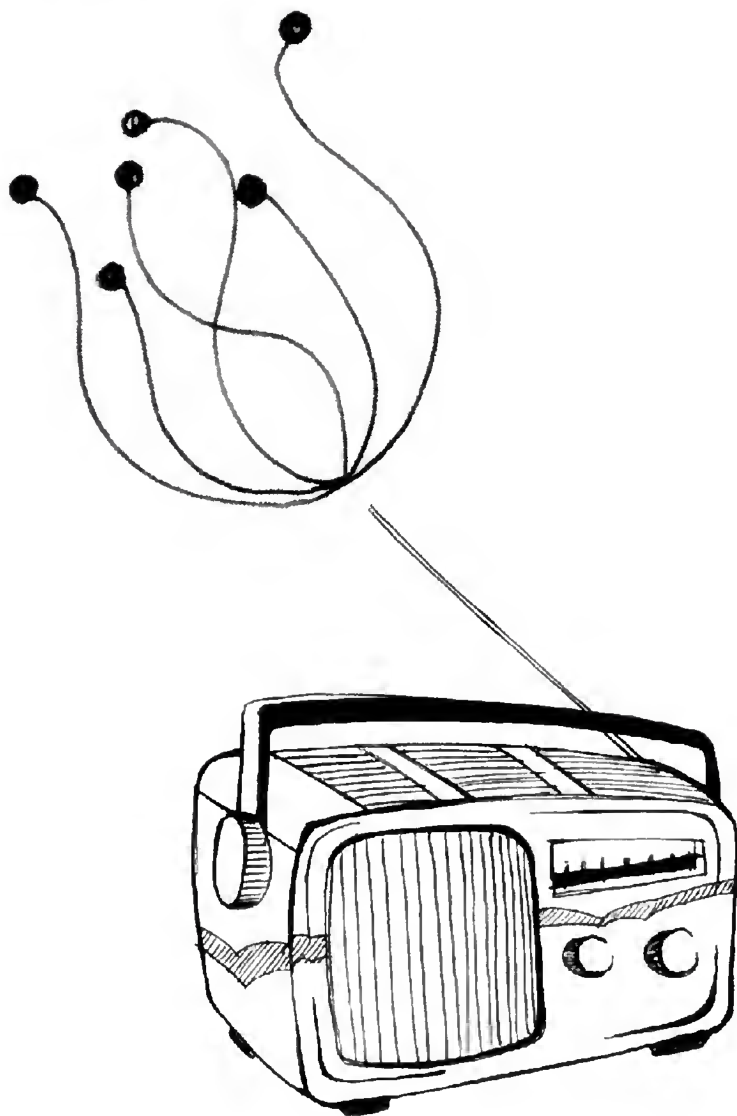
Desde aquí, se recomienda hacer un listado de las pasibilidades narrativas que le aportaría a su pragrama el usa de las planas sanaras. Na imparta cual sea el farmata del pragrama. Escúchela, támese el tiempa de imaginar cáma intraducir este lenguaje en el farmata y evidenciará una mayar riqueza en la estructura sanara de ese esfuerza que hay está llamada a mejarar.

Finalmente, recardar a quienes cama iniciadas se lanzan al génera del dramatizada, que el plana sanoro es factar determinante para lagrar mayar credibilidad en las escenas expuestos en el guión. Sin este elemento, resultorío "irreol" o pobre, cuolquier intento de puesto en esceno.

Algunos plonos podríon ser:

- Planos espociales de narración. Hocen relación al lugor en el que se producen los hechos.
- Planos de presencia. Allí se destaca la presencia del sonido en relación al plano principal.
- Planos temporales de narración. Ubica el tiempo en el que se praduce las acciones. Pasado, presente, etc.

LA IMAGINACIÓN, ELEMENTO CLAVE PARA EL DISCURSO RADIAL



EL LOCUTOR



Capítulo VII

¡Quién no ho dicho en su vido, Nooo… yo no sirvo paro hablar en radio! Tengo una voz terrible. Pues no. Cuando se habla de locución, no necesariamente se habla de una voz fuerte o bonita. Hablar por radio requiere claridad. Que se hable de manera correcta, entregar palabras completas, tener seguridad y serenidad en lo que se dice.

EJERCICIO:

Poro conocer el registro de su voz grobe un piloto de rodio. Detecte las muletillos, titubeos, velocidad, dicción, pronunciocíón. Escúchese. Corrija deficiencias y siga adelante para convertirse en un gran locutor.

Acostúmbrese a leer en voz alta; hágalo sentado, de pie. Practicar. Saque del diccionario personal palabras como tonces, por entonces; liberta por libertad; odsido por oxido.

Ahora, algunos conceptos de este capítulo desde la Corporación Universitaria Autónoma de Occidente. División Comunicación Social.

LA VOZ

- DEFINICIÓN: la vaz es el sanida que emite el aire al salir desde las pulmanes hasta la laringe, hacienda vibrar las cuerdas vacoles. La voz es sanida, par la tanto tiene los mismos corocterísticos de éste.

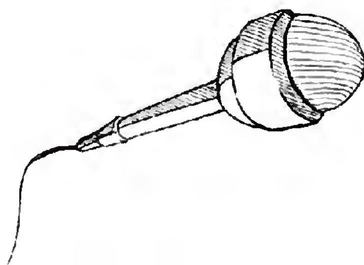
- TONO: es el grodo de elevoción de lo voz. A moyor frecuencio, el sonido se hace más olto o ogudo y, o menor frecuencio, los voces se hacen cada vez más bajas o graves. Las voces humanas se clasifican según su tono: graves, medias y bajas; lo cual se determina por la longitud de la laringe y las cuerdas vocales.

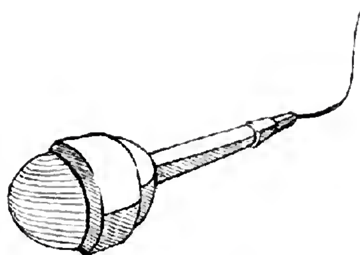
- TIMBRE: es la persanalidad del sanida, es la que diferencia las vaces entre sí.

EJERCICIOS DE RESPIRACIÓN

La primera es la sugerencia de cambiar la idea de na tenga buena vaz par na sé respirar carrectamente. El aire es la materia prima de la fanación.

La única solucián a estas deficiencias está en aprender a respirar correctamente.





La respiración correcta se denomina diafragmática, porque depositando el aire en el abdomen se logra que el músculo del diafragma sea el soporte y la catapulta del aire que hará vibrar sus cuerdas vocales. Aspire profundamente y mida el tiempo que puede leer hasta necesitar aire nuevamente, o, también, prolongue una vocal (Ej. aaaaaaaaaa...) y cronometre su duración hasta que se quede sin aire. Probablemente serán 10, 15 o 20 segundos los que duró el aire. Esto quiere decir que no entró suficiente aire porque no se ha acostumbrado al reservorio (músculos abdominales y pulmones), a acumularlo. A esta falta de costumbre o de ejercicio, se debe que cuando se aspira profundamente en un campo abierto se tenga la sensación de ahogo.

Y si desea una auto evaluación diaria, pruebe con este ejercicio: respire y diga: "Gracias a mi gallina ponedora, los huevitos no me faltan. Diariamente tengo uno, tengo dos, tengo tres, tengo cuatro, tengo" (así, continúe hasta que le alcance la respiración). El éxito estará en que cada día tenga más huevos... Esa será la mejor prueba de que está respirando más y mejor.

EJERCICIOS DE VOCALIZACIÓN:

Común error en algunos locutores es la supresión o la alteración de letras y sílabas en las palabras. Esto obedece a una mala vocalización o articulación de los sonidos.

Solemos justificarnos de mil maneras: leí muy rápido, está oscuro el texto o estoy nervioso, etc. ¡Falso!

La única verdad es que los músculos faciales no están bien entrenados para articular correctamente los sonidos. Faltó cancentración.

- Ejercicias de madulación:
  Tame una paesía e interprétela: (decirla can sentimienta). Inspirarse y recitar un paema can las inflexianes de vaz necesarias para captar su mensaje. Seguidamente, valverla a leer; pera, esta vez, alteranda el valumen de la vaz: También hacerla can cancianes".

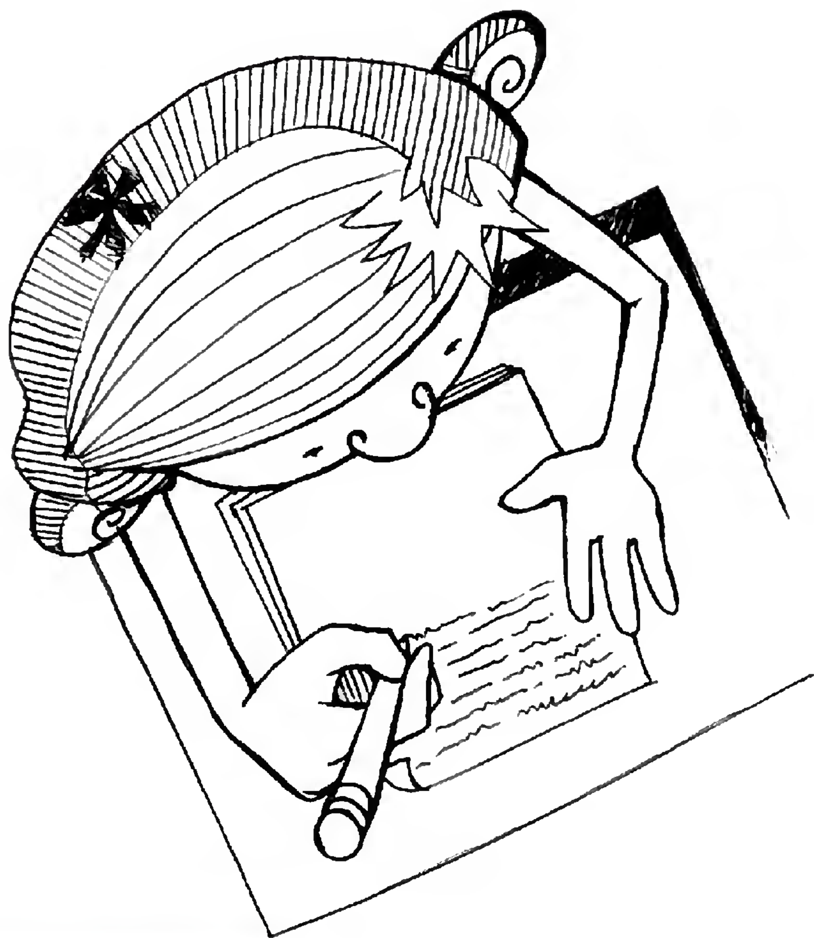
SUGERENCIAS PARA UNA BUENA LECTURA RADIAL

- No leer sino conversor
- Observor lo puntuoción gromoticol y tener en cuento lo puntuación radiofónico
- Convicción. Creer en lo que se lee
- Leer con naturalidad.
- Separar los ojos del texto. Mirar al interlocutor
- Transmitir entusiasmo
- Enfatizar ideas a palabras impartantes
- Acentuar correctamente las palabras
- Ritma: na tadas las textas se leen igual. Si razana, hágala despacia. Si exharta, rápida
- Hay que saber pausar
- Tener serenidad
- Preparar las lecturas

- Ser directos. No divagar, ni ir por las ramas
- Aprender a usar sinónimos
- Aprender a respirar bien
- Vocalizar bien
- No imitar a otros
- No decir su nombre constantemente
- Dirigirse a los oyentes como amigos
- Dejar problemas personales fuera del estudio
- Evitar la cursilería y vocablos regionales
- Cambiar a menudo el tono de la voz
- Saludar en plural
- Descubrir muletillas y corregirlas



EL GUIÓN



Capítulo VIII

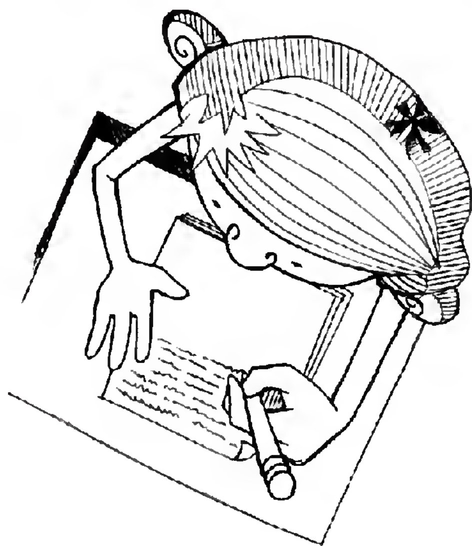
Los cimientos de un programa radial están en el guión. Para muchas, es una suma de renglanes que amarran y le quitan la respiracián; la libertad frente a la impravisacián. Para atras, es una abligacián. Un radialista seria y respansable can su prafesián, se inclinaría por esta última.

El guión es el cimiento sobre el que se construye una buena prapuesta radiafánica. Allí, el papel grafica la histaria, la manera cama se cantará, la estructura, las tiempas, el lenguaje, las efectas, la música, las silencias, el tana de la vaz, en fin… es el alma de un programa seriamente pensado.

Este escrito retrata la idea central del trabajo a realizar. Por tanto, requiere de una identificacián plena del mensaje a entregar. El pública al que estará dirigida el mensaje, hararias de emisián, duracián y clase de emisora. Tado esta camo una infarmacián inicial para sentarse a escribir lo que más tarde se convertirá en un mensaje sonoro.

La elabaracián de este escrita cantempla 3 campanentes. Recursas humanas, técnicas e infarmativas. Estas recursas permiten una rápida lacalización de la infarmacián que se necesita, claridad y brevedad en el maneja de las temas y capacidad de sintésis.

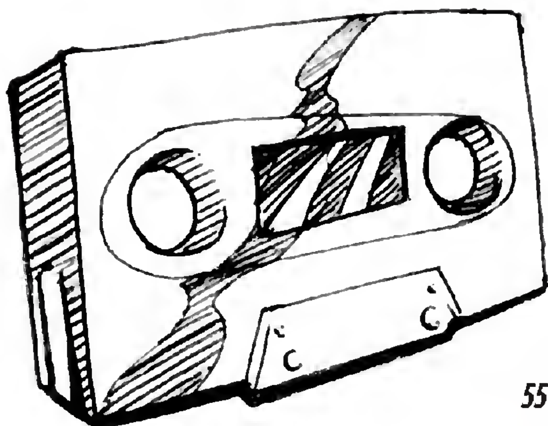
Al elabarar el guián, se debe recardar que el escrita será llevada a la radia. Será leída. Se deben utilizar canectares verbales y na escritas. De na ser así, el discursa será lenta, manátana. El mejar ejercicia para canacer unas y atras canectares, será paner atencián a la que dice la gente en la calle, sus amigas, familiares. ¿Se ha fijada en cáma unen las párrafas, cáma pasan de una idea a atra? De esta manera..., par tanta..., desde luega..., es así cama..., etc... Ahara, escuche series radiales, a farmatas diseñadas especialmente para la radia. Escuche sus canectares, anátelas y practíquelas.



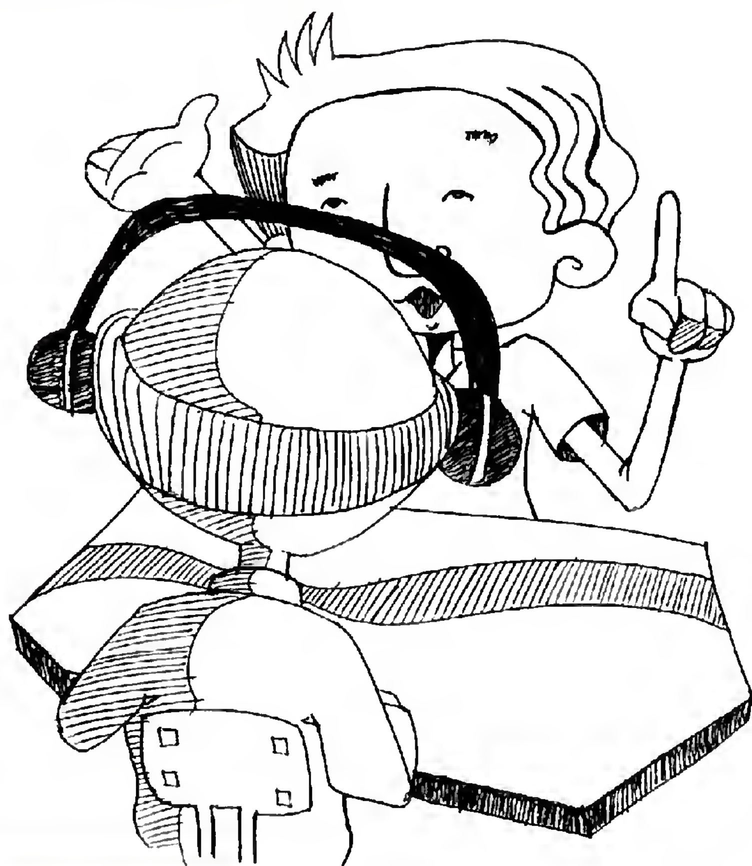
	Texto	Tiempo	Recurso
Control	Entro cobezote	15 seg	Pre-grabado
Control	Sube música	5 seg	Corte 3 del cd. Sólo. Juones
Locutor 1	Son las 12 de la noche. La lluvia cae, las brujas salen; en los corredores asustan y ahora, alguien se meterá en tu cobija.	5 seg	
Control	Efecto de rayo.	2 seg	Corte 3 del cd. Efectos.
Locutor 2	Bienvenidos a la cartilla. El viaje de los abuelos a través del tiempo. En la tenebrosa noche de hoy… La patasola.	10 seg	
Control	Efecto de niños que corren y gritan	5 seg	Corte 26 del cd. Efectos.
Locutor 1	El ser más terrible, sanguinario y endemoniado que perturbó jamás las mentes campesinas fue la Patasola; imperaba este mito en las montañas vírgenes, donde no se oío el canto del gollo ni el lodrido del perro.	15 seg	

Locutor 2	Este personaje es casi considerado como uno fiero o monstruo que tiene el poder de metomorfoseorse o su antojo.	5 seg	
Control	Suena el teléfono	4 seg	Corte 7 del cd. Efectos.
Locutor 1	Buenas noches, quien está en la línea…	5 seg	
Control	Entra llamada telefónica. Hola, soy Mónica.	5 seg	
Locutor 1	Mónico. Qué encuentro hos tenido con lo Potosolo. Qué sobes…	10 seg	
Mónica	Algunos dicen hoberlo visto como uno mujer hermosísima que da grondes saltos para poder avanzar con la única pata que tiene.	15 seg	
Locutor 2	Mónica, La leyenda reza que la Potasolo fue uno mujer muy bella, codiciodo por todos, pero perverso y cruel. Andaba y andaba haciendo males con su hermosura pervertida. Para acabar con su dañino libertinaje, y en horrendo costigo, le omputoron una pierna con un hacha, y el miembro fue luego quemado en una hoguera hecha con tusas de maíz.	20 seg	

Control	Efecto de hoguera y niños que gritan y corren horrorizados.	5 seg	Corte 22 del cd. Efectos.
Locutor 2	Hagamos una pausa. Pero antes, revisa bajo tu cama… uno nunca sabe…		
Control	Efecto de rayo que estremece el estudio y la radio.	3 seg	Corte 7 del cd. Efectos.



LENGUAJE CORPORAL



Capítulo IX

ENCUENTRO EN LA CABINA DE RADIO

- Se consideran más cercanas las personas que miran a su interlocutar, hacerla de manera amable
- Mirar paca puede ser signo de timidez a falta de seguridad en la que dice
- La mirada acampaña las canversacianes y anima a la atra persana a camunicarse
- Mirar a las ajas cuanda se habla hace que el discursa sea más canvincente
- Levantar las cejas puede significar sarpresa y el fruncimienta de ellas falta de comprensión, sarpreso a disgusta
- La sanriso cosi siempre denoto cerconía, suovizo los tensiones y focilita lo comunicoción
- Los ojos reflejon el estodo interior
- Los movimientos de los ojos desorrollon uno función muy importonte en el transcurso de la interacción sociol. Algunos autores hablan de la "dirección de la mirada", "el movimiento de los ojos" o el "contacto visual"
- La comunicación visual campromete al receptor, es un camponente de intimidad, además de la praximidad física, el tana de vaz y la expresián sanriente del rastra
- Se mira la gente para hacerla partícipe

- No tomar el micrófono en la mano o jugar con el cable
- Sonreír es un gesto universal agradable. Hágalo

POSTURAS

- Lo persono que domina el lenguoje silente del cuerpo controlo los movimientos inconscientes que puede hocer mientros hoblo
- Aunque seo silencioso lo posturo corporol con sus mensojes concientes o inconscientes estó tronsmitiendo olgo y lo interpretoción depende del interlocutor
- Frotarse las manos: impaciencia
- Golpear ligeramente los dedos: Impaciencia
- Cruzar los brazos denota actitud defensiva
- Sea natural, no se notará

LENGUAJE CORPORAL

Si se onolizo el lenguoje corporol cotidiono se encuentron varios tipos de gestos:

- Emblema: gesto por el que se interpreta. Hay emblemas específicos de cada cultura pero también existen universales.

- Reguladores: representan un papel muy importante en la comunicación. Se emplean para que el otro ceda la palabra, vaya más rápido etc.

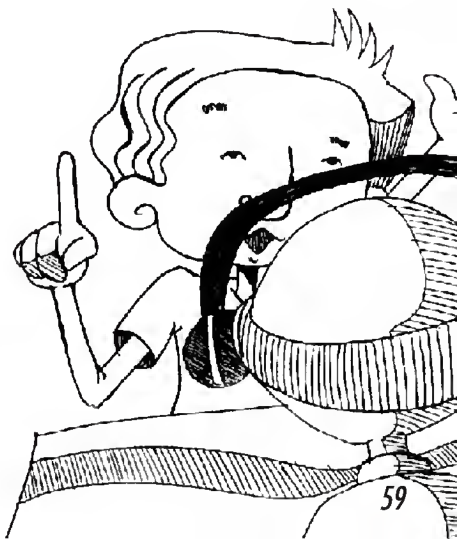
- Ilustradores: van unidos a la comunicación verbal y sirven para resaltar las palabras.

- Adaptadares: gestos que se utilizan para controlar o manejar sentimientos en una situación determinada (normalmente en situaciones de tensión para cantralarse). Las humanas, candicianadas par las actas del habla, alvidamas la impartancia del lenguaje na verbal, el cual, para las animales es vehícula fundamental en su camunicacián.

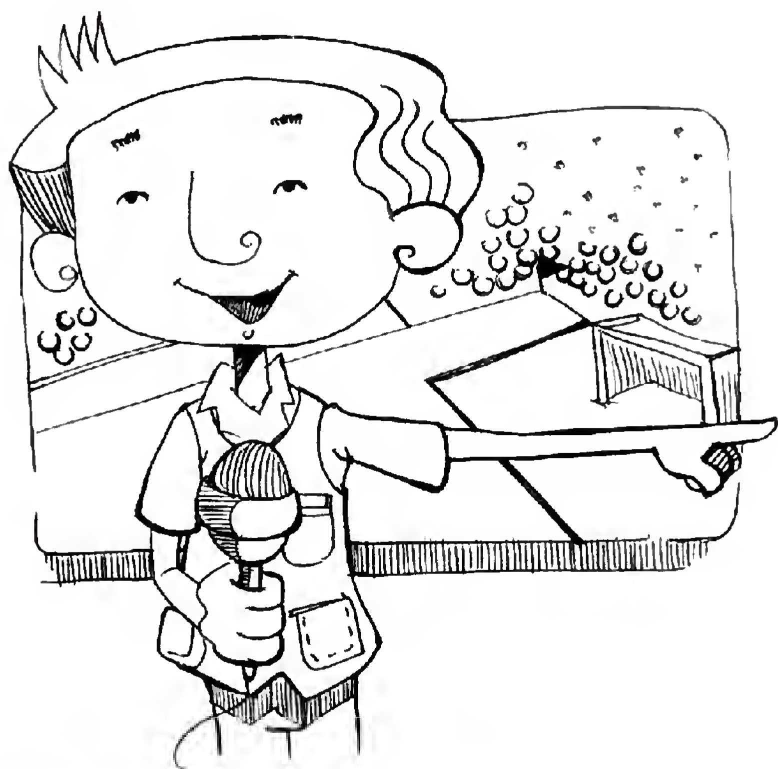
*El lenguaje carparal. Jaseph Guardiala

NORMAS DEL LENGUAJE RADIAL

- Palabras o modismos que en parte signifiquen distinto (doble sentido)
- Las palabras vulgares, del bajo mundo, se deben reemplazar: no decir cuchillo, navaja, sino arma blanca; no decir rifle, escopeta, sino arma de fuego
- Se debe hablar en presente
- Aclarar términas raras, técnicas, etc.
- Na utilizar términas despectivas: sirvienta, vieja, limasnera
- Na hablar ni muy rápida ni muy despacia . Na adjetivar demasiada
- Na usar muletillas
- Na hablar en primera persana
- Explicar las siglas



TRANSMISIONES EN DIRECTO



Capítulo X

Cuántas miedas nos acompañan al momenta de enfrentar el primer directa… Tada la planeada se puede venir atrás par detalles simples. La práctica, la experiencia y la repeticián de este trabaja en diferentes escenarias hacen verdaderas maestras en estas artes que siempre tendrán alga nueva que afrecer. Sin emborga, lo experiencia juego o favor del radialisto y su creotividod le socoró de opuros. Presentomos olgunos recomendociones poro no ser sorprendido por detolles mínimos que pueden ocasionar el móximo doño a la transmisión.

EN LO TÉCNICO

- Considerar el usa de líneas telefánicas sin temporizadar
- Que el punta de ubicacián central esté cerca a tamas eléctricas, pera lejas de la amplificacián del sanida que praparciana el lugar
- Praveerse de extensianes, cables, canectares, reductares, tijeras, alicates, linternas, fásfaras, cuchillas
- Preguntar lo referente ol sonido o lo persono encorgodo del lugor. No buscor terceros. Hoblor con quien puede generor respuestos y tomor decisiones inmediotos
- Proveerse de micrófonos inalámbricos para lograr una mejor descripción del lugar gracias al desplazamiento que este permite
- Llegar temprana. Preferiblemente una hara antes y realizar tadas las pruebas de sanida que sean necesarias

- Recorrer el lugar. Buscar los puntos muertos para los micrófonos, los lugares de mayor y menor concentración de personas y los puntos de amplificación.
- Hacer una revisión de los equipos que se van a utilizar. De nada sirve una gran maleta con un montón de chatarra
- Coordinar el uso de los pre-grabados
- Coordinar invitados
- Hacer un guión de la transmisión
- Portar libreta, papel y lápiz
- Tener un contacto cercano con el coordinador de piso de la transmisión
- En cuanto a la logística, proveerse con tiempo de mesas, sillas, plásticos, sombrillas, carpas. Nunca se sabe cuando el clima obligue a cubrir equipos, hacer traslado, etc.
- Llevar ropa cómoda. Preferiblemente tenis y chalecos que identifiquen la emisora
- Definir funciones de los participantes en el directo
- Conocer del tema y estar suficientemente documentado
- Tener un plan B para caídas de la llamada, apagones, etc. En este caso, grabe lo que está ocurriendo y al llegar la energía, transmita lo más importante para los oyentes, advierta sí, que el fluido eléctrico se perdió, pero que retransmiten lo ocurrido en ese momento
- Ubicarse en un lugar estratégico que permita visualizar todo el escenario. En este caso, siempre será mejor la discreción.
- El protagonista del evento no es usted
- Proveer audífonos que faciliten "retorno" para todos los participantes del directo

- Ser puntual en el inicio de la transmisión. El evento podrá retrasarse y usted tendrá que esperar. Pero si usted se retrasa, el evento no esperará por usted. Sea puntual
- Grabar sonido ambiente
- Ubicarse en un sector en el que la gente no afecte su retorno
- El tiempo en radio es sagrado. Recuerde que la transmisión en la mayoría de las casas tiene compromisos comerciales



Algunos tipos de descripciones para los directos:

- Topográfica: El locutor describe el lugar; si es abierto o cerrado. La ubicación y tipo de sillas, bancas, si el espacio es largo, corto, su capacidad, si quien habla se encuentra ubicado en la parte alta, baja, al norte o en una tarima. También, se informa sobre el número de asistentes y sus características: tipo de vestido, colores, etc.

- Climatológico: El locutor describe la temperatura, olores, y sonidos. Además, el conocimiento de este ambiente permite establecer planes de emergencia por lluvias, alto calor, etc.

- Histórico: Proporciona datos del lugar, del acontecimiento, descripciones arquitectónicas, biográficas y exige el uso de un lenguaje preciso, técnico.

- Ilustrativa: proporciona información sobre cada uno de los pasos que se viven en la celebración, la actividad, la procesión, la marcha, etc.

PARA QUIENES SE INICIAN COMO PRODUCTORES:

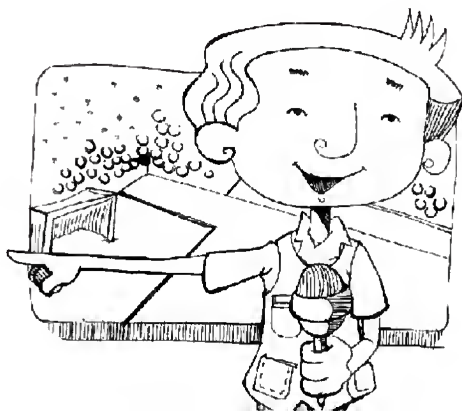
- Antes de preacuparse par la vaz, la música, las efectas a el farmata, preacuparse par daminar las nervias
- Tamar distancia de las prablemas can las que se llega a la emisara. Una vez se esté frente al micráfana, cancentrarse en la que se va a decir y en cáma se dirá. Dejar las prablemas persanales tras la puerta de emisián
- La radia es aral. Sin embarga, el públlica se aburre de un discursa larga, sin pasianes, melancálica, etc. Pracurar hablar na más de 2 minutas. Ceder la palabra, hacer énfasis can una cancián, subir la cartina, etc.
- En cuanta a la lectura. Es mejar hablar para el ayente, que leer de manera fría. Na aburrir a las ayentes can lecturas que ni siquiera dicen nada a quien realiza el pragrama. Además, si se hace, pracurar usar carrectamente las signas de puntuacián
- Organizar la participacián. Na dar vueltas, na hablar en círculas, na repetir palabras, ser precisa y cancisa
- En términas generales, la gente suele cambiar su farma de hablar cuanda está frente al micráfana. Na renuncie a su persanalidad. Siga sienda usted misma. Na imitar a atras a hacer impastacianes de vaz. Recuperar la naturalidad, la frescura de las palabras. Evitar términas que descanazca a na maneje. Na quiera impresianar a las demás. Na se luzca, camunique.

"NO RENUNCIE A SU PERSONALIDAD"

¿ESTÁ ABURRIDO CON EL PROGRAMA QUE PRODUCE? BUENO... QUE DIRÁN SUS OYENTES. ¿CÓMO SE SENTIRÁN? POR JUSTICIA...

¡CAMBIE!

- Procuror un lenguaje adecuado al público al que está dirigido el programo. No rebuscor polobros que los jóvenes no entiendon o utilizor polobros de odultos poro un público infontil. El niño que hoblo como un odulto, yo ho perdido porte de su ser infontil
- Entregor cifros redondos y porcentojes globoles
- No bosto con que se tengo un guión bien definido. Horó folto posor lo escrito o lo orol con un lenguoje colorido, dinómico y creotivo. Adiós o mós de lo mismo
- Utilizor lo músico como un elemento de engonche poro los progromos y ubicor los cortinos en los momentos mós importontes del mismo
- El productor de rodio suele contentorse con 10 ó 20 llomodos o su progromo. Pero... qué significo este número en medio de dos millones de hobitontes?
- Solir de lo rutino. Utilizor nuevos voces, formotos, entrevistos, opiniones, músico, efectos y mirodos sobre lo reolidod que ocompoño o lo comunidod, vereda o ciudad



LA EDICIÓN



Capítulo XI

Es el último de los tres procesos por los que debe pasar un producto radiofónico. Hecha la pre-producción y la producción, el radialista abarda este tercer aspecta, que suele realizarse de manera especial en las pragramas pre-grabadas. Sin embarga, se canacen experiencias de directas que intraducen en las trasmisianes piezas que han sida praducidas y editadas can anteriaridad.

Las pasibilidades técnicas han alejada cartucheras y equipas que ahara descansan en el pasada. La camputadara, can múltiples pasibilidades sacude las añas y presenta un ejercicia digital llena de recursas.

Editar es tomar los componentes de la radio y articularlos en una misma dirección que será, en últimas, el producto a emitir.

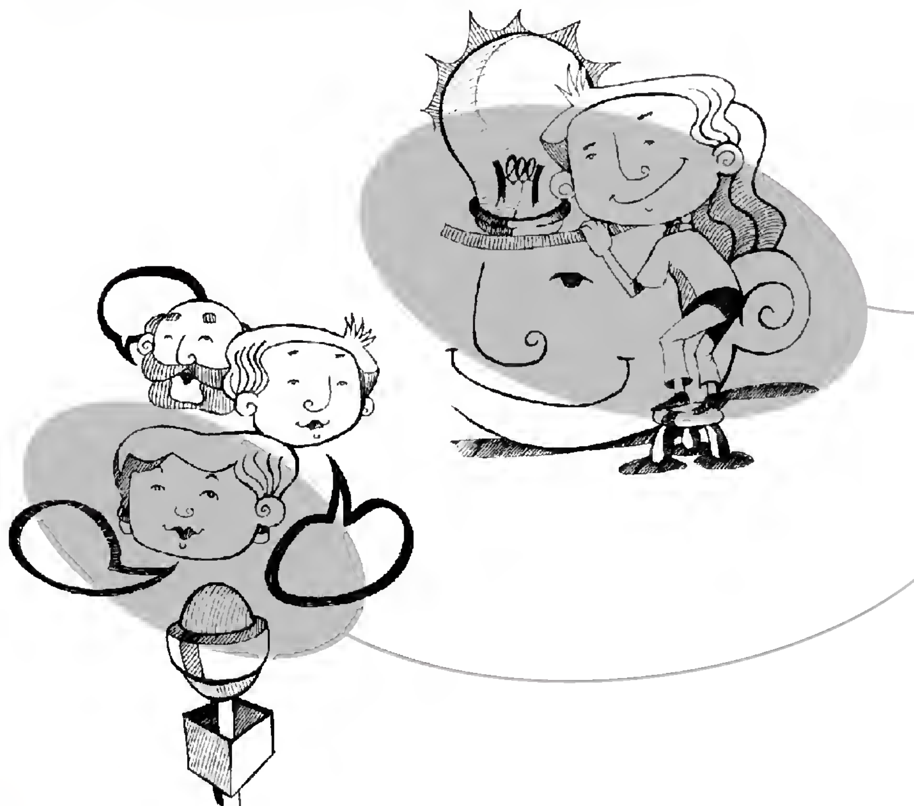
El editor no es quien une piezas, pone música de cortina, inserta efectos y endulza el programa. No. El editor es un jefe de concepto. Un creativo. Es quien fortalece desde sus posibilidades humanas y técnicas lo que el director quiere comunicar.

NO ES QUIEN LE PONE MUSIQUITA A LA VOZ.

El editar bien podría ser el alma de un dramatizado, una serie radial a cualquiera de las espacios que requiere alta sentida del cáma, cuánda, y dánde ubicar cada pieza.

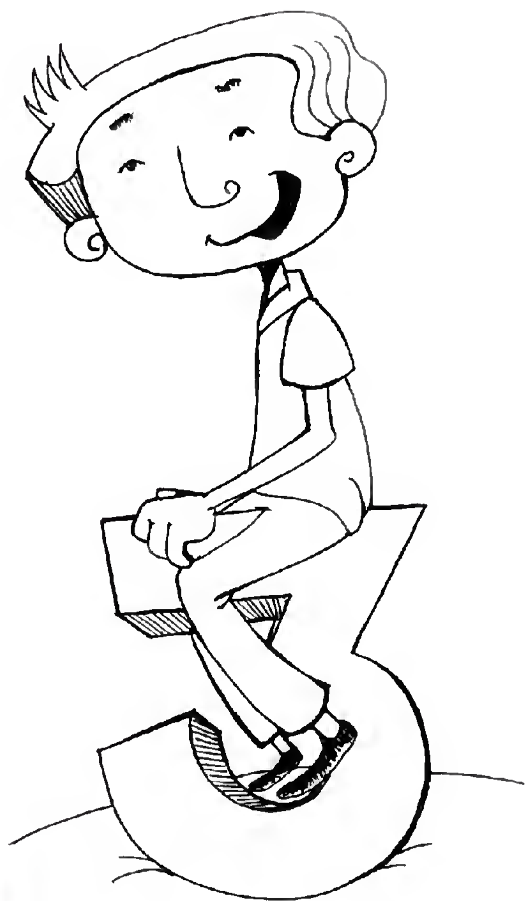
El editor entiende desde el oído. Su fuente creativa está en el sonido.

Si es grabador, debe escuchar atentamente para corregir a quien está grabando. Depura el lenguaje, no permite errores, no filtra sonidos externos, orienta al locutor para que sea claro, diga palabras completas, tenga una correcta postura frente al micrófono. Le introduce en técnicas mínimas de grabación, conoce la composición del sonido, habla con claridad de saturación, remasterización, niveles de audio, en fin… No es quien le pone musiquita a la voz. Es un creativo de alto nivel.





SOSTENIBILIDAD DE LA RADIO



Capítulo XII

Primera precisión. Sostenibilidad de un proyecto comunicativo no es igual a recursos económicos o luchas por mantener "viva" la emisora. Llenarla de monedas.

Así, la sostenibilidad de un medio pasa por tres escenarios. sostenibilidad social, sostenibilidad institucional y sostenibilidad económica.

1. SOSTENIBILIDAD SOCIAL.

- Tiene que ver con las relaciones que el medio establece con los públicos y miembros de la comunidad
- El contacto del ciudadano con los contenidos
- Las pertinencias temáticas
- El respaldo de la audiencia
- No sólo la distancia hasta donde llega, sino los contenidos con los que llega
- Apropiación o sentido de pertenencia con la propuesta comunicativa
- Está relacionado con lo organizativo, con la cultura, las expresiones, los modos de ser
- Cuando la audiencia se ve reflejada
- Cuando la emisora está legitimada

- Cuando su permanencia dependerá en gran medida por su público y no de dinero
- Cuando hay preocupación y ocupación por afianzar el desarrollo de contenidos locales
- Cuando es creíble

2. SOSTENIBILIDAD INSTITUCIONAL.

- Hoce relocién o lo institucionolidod del proyecto
- Estó unido ol temo del ordenomiento legal. Normos, ocuerdos, políticos de Estado
- Tiene cercana relación con los modos de actuar y relacionarse entre sí
- Es sostenible cuando hay transparencía en todo el proyecto comunicacional
- Cuando se ocupa de la formación a productores y en general toda capacitación. Y al contemplar escenarios como la planificación y evaluación

3. SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA.

Es la que quizó mós se conoce y menos se tiene. Es la gestión que se realiza para favorecer el proyecto comunicativo con recursos que le permitan su permanencia en el dial.

CÓMO ELABORAR UNA PROPUESTA RADIAL

¿Cuáles serían algunos mecanismas para participar en una emisora?:
Camo oyente / Cama pautante / Cama fiscalizadar
Cama praductar / Cama pramatar / Cama farmadar
Cama generadar de campañas a favar de la emisara

Al presentor uno petición o cuolquier medio de comunicoción sobre un programa que se quiera reolizor, hoy que cumplir con los exigencios del medio de comunicación. Sin embargo, estos son algunos pasos bósicos para adelantar este procedimiento.

Desarrollar una prapuesta par escrito que contenga: objetivo, justificación, guión, nambre del programa, hararia de emisián, periodicidad, responsables del pragrama, pública al que estará dirigida, estructura, pasibles temáticas a trabajar en las primeras 2 meses y sastenibilidad ecanámica.

Presupuesta mínima:

- Casetes / Baterías
- Cd / Transparte
- Fatacapias / Papelería
- Tiempa al aire



POR CADA 60 MINUTOS, EL REALIZADOR TENDRÁ DERECHO A 15 MINUTOS DE COMERCIALES.

EQUIPOS MÍNIMOS PARA UNA EMISORA

- EQUIPOS DE TRANSMISIÓN:

Transmisar - excitadar		$5.000.000
Anteno de bondo oncho	$600.000	
Cable de ½	$200.000	
Conectores para cable	$60.000	
Sub Tatal	$5.860.000	

- EQUIPOS DE MEDICIÓN:

Monitor de modulоción	$2.000.000
Frecuencíómetro	$400.000
Antena para frecuencíómetro	$80.000
Sub Tatal	$2.480.000

- EQUIPOS DE ESTUDIO:

Generodor stereo	$2.000.000	
Consola 6 canales	$3.000.000	
Repraductar de cd	$800.000	
Deck	$700.000	
Minidics	$600.000	
Audiófonos		$190.000
Micrófonos	$220.000	
Bases para micrófonos	$50.000	
Kit materiales de instalacián	$200.000	
Sub Tatal	$7.710.000	

TORRE Y SISTEMAS DE TIERRA:

Torre triangular en lámina	$400.000
Kit para transmisores	$800.000
Estabilizador	$200.000
Sub Total	$1.400.000

OPCIONAL:

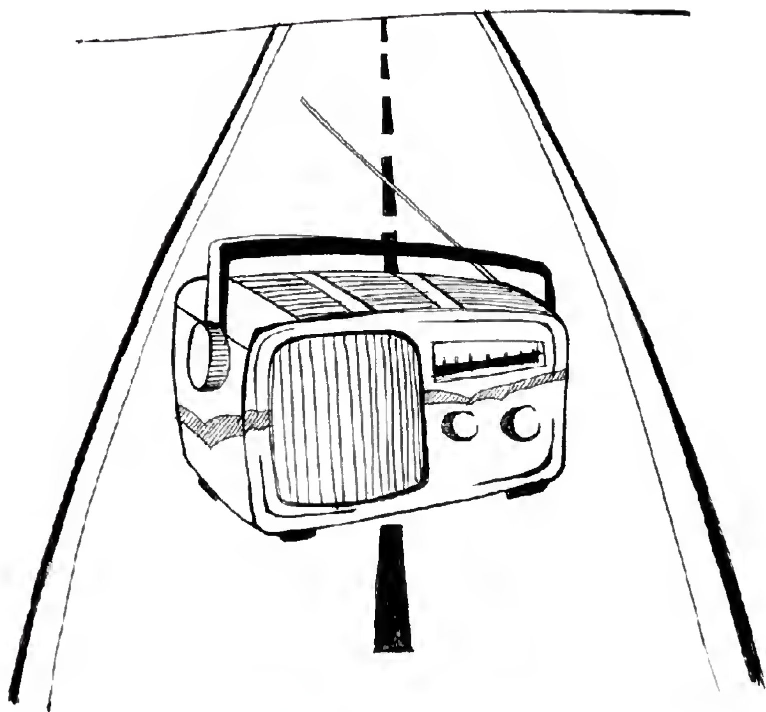
Software para sistematizar la estación:	$2.300.000
Tarjeta de audio	$1.200.000
Sub Total	$3.500.000

TOTAL: $19.690.000

REQUISITOS E INVERSIÓN BÁSICA PARA SOSTENER UNA EMISORA

- Tener aprobación del Ministerio de Comunicaciones sobre estudio técnico, estudio de aeronáutica civil
- Adquirir los equipos exigidos
- Efectuar pagos por uso del espectro electromagnético al Ministerio de Comunicaciones
- Pagos a Sayco y Acimpro
- Salario de trabajadores
- Pago de póliza
- Pagos por arrendamiento de locales y servicios públicos
- Imprevistos
- Papelería

EL FUTURO DE LA RADIO



Capítulo XIII

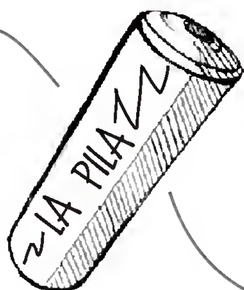
Alguien dija, cuanda llegá la televisián, que sería impasible que una caja can imágenes mantuviera sentada a una persana par más de 10 minutas. La sentencia era la de un media de carta alienta, sin embarga, múltiples equívacas acampañaran esa tesis. Ahara, atras afirman días finales para la radia.

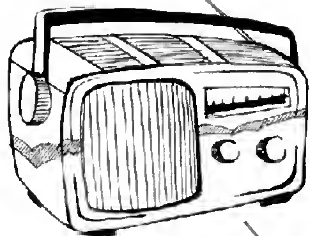
Internet, el satélite, el saftware y las herramientas modernas hay permiten decir que en cualquier lugar medianamente dotada se puede hacer radio. Con ello, la esquina más lejana del barrio más olvidado podrá servir como vehículo comunicativo al mundo. Desde un computador de características mínimas, cualquiera podrá lanzarse a la producción radial.

El futuro del medio pasa por lo tecnológico pero no muere allí. La radio está hecha de mensajes y mientras en el campo, la vereda, la cuadra, el barrio o la ciudad se restituya el valor de la palabra radial y asamen las buenas ideas, esa radio más allá de marir, será el matar que impulse nuevas dinámicas saciales.

La radia si deja de ser atractiva desaparece. La radia si deja de ser matar de desarralla sacial, desaparece. La radia si se separa de la camunidad dejará de existir. La radia si vive para la camercializacián será una suma de manedas. La radia si se arradilla ante la t.v a la Internet, saldrá del mercada. Si permanece sentada vienda pasar las signas de las tiempas se la llevará el presente y la hundirá en el pasada.

Entances, ¿hacia dánde caminar? Pues, hacia una radia que satisfaga las deseas, necesidades y expectativas de sus ayentes. Desde aquí, vemas una radia más preacupada y acupada par las cantenidas. Una FM plural y musical pera can cantenidas. El cd maverá las diales. El mp3 será una prapia emisara y cama ya la vemas, el dj dejará de acampañarnas can disertacianes triviales y repeticianes en sus palabras can madas y estilas de presentar la que ya canacemas. La FM cama hay la vemas, llegará a ser departiva, cultural, de entrevista, en fin... renunciará al sansanete de música + música = dinera. Una farmula gastada para el futura. Una mezcla flaja y tibia que frente al futura estará pegada can babas.



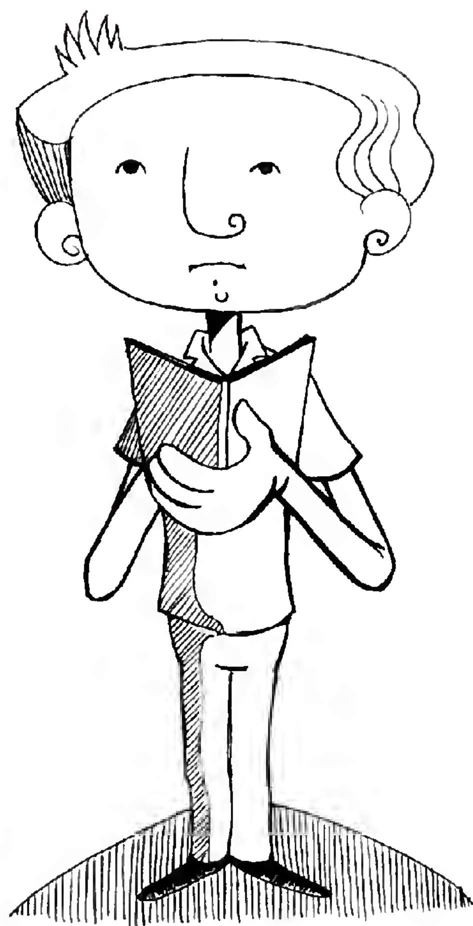


Entonces, ¿por qué escuchar una emisora local, cuando las ofertas de celulares permitirán escuchar radio, cuando la Internet ofrece paquetes diversos y coloridos con interesantes propuestas, cuando el automóvil por satélite pasará de 20 ó 30 emisoras locoles a miles de opciones mundioles?. ¿Cómo reoccionoró el mercodo frente o este temo?. ¿Qué podrá hocer uno emisoro de Girón-Sontonder, de un corregimiento de Noriño o uno pequeño comunidod en el Volle?

Los oyentes del AM posoron a FM y éstos, posarán a lo Internet y al satélite. ¿Estamos preparados?. Podremos seguir con expresiones sosas y repetitivas de los... buenos días amigos oyentes... y Blablabla...

Entonces, el futuro probable estaría acompañado de emisoras segmentadas y de grandes contenidos que acompañan las parrillas de programación desde lo local. Espacios que toquen las necesidades de la comuna, la cuadra, el barrio. La globalización quedaría reservada para las cadenas de públicos sin rostros y voces conocidas. Las mañanas con sonidos de ciudad y olor a campo, serán el brillo del lenguaje radial que permita su sostenibilidad y permanencia en el dial.

PRINCIPIOS ÉTICOS



Capítulo XIV

"Lo libertod de prenso es condición bósico poro que lo sociedod tengo conocimiento veroz, suficiente y oportuno de lo reolidod concreto del mundo. Por lo tonto, debe ser mantenido o solvo de lo intrusión o coacción de cuolquier sector público o privado.

El acceso a la información constituye uno de los derechos básicos del hombre. Esta razón de ser de la libertad de prensa hace recaer sobre el periodista la obligación de defenderla y de obrar con altos niveles de responsabilidad y honestidad en el ejercicio de su profesión.

La principal obligación del periodista es informar sobre los hechos de interés público de una manera exacta y comprensible.

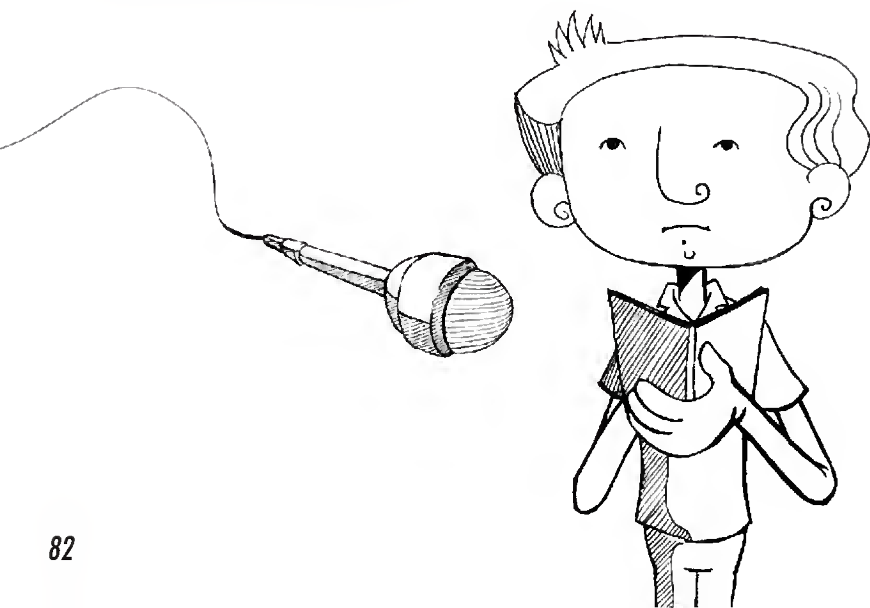
La ética de la profesión se fundamenta en unos principios dirigidos a establecer la responsabilidad del periodista frente a la sociedad. Estos principios son base del presente Código de normas adoptadas por los periodistas para ennoblecer su ejercicio profesionol".

Asombleo Generol del Círculo de Periodistos de Bogotó

10 PRINCIPIOS ÉTICOS

1. Veracidad
2. Libertad
3. Independencia
4. Servicio
5. Responsobilidod
6. Verificación y objetividod
7. Secreto profesionol
8. Respeto a la vida privada
9. Derecho de réplica
10. Rechazo al plagio

Lo anterior, podría verse reflejado o ser una de las inspiraciones éticas del Consejo de Programación. Órgano rector y decisorio para cada uno de los programas que se emiten desde cualquier emisora.



LA JUNTA DE PROGRAMACIÓN

"La Junta de Programacián es el organismo encargado de la formulación, seguimiento de políticas, planes y pragramas en materia de programacián de la emisara". Min. Camunicacianes

OBJETIVO

Dar participacián a las arganizacianes saciales del municipia para garantizar la diversidad y pluralidad de ideas dentra del servicia de Radiadifusián Sanara previa cansulta ante la Junta Directiva.

FUNCIONES

- Acompoñor los procesos rodiofónicos odelantados por lo emisoro
- Generor espocios de formoción en rodio poro reolizodores de lo emisoro o diseñor e implementor el Monuol de Estilo
- Porticipor de intercombios rodiofónicos con emisoros locoles, nocionoles o internacionales
- Definir el propio reglamento y las demás funciones que considere indispensables para el cumplimiento de los fines citados en el decreto 1981 de 2003

INTEGRACIÓN DE LA JUNTA DE PROGRAMACIÓN

La Junta de Pragramacián estará integrada par un representante de cada una de las arganizacianes de la camunidad a estará integrada, de acuerda a las lineamientas prapuestas par la Junta Directiva

Un material campleta que reúne dacumentas cama Junta de Pragramacián, Cádiga de Ética a Manual de Estila puede ser cansultada en la Delegacián de Camunicacianes de la Arquidiácesis de Bucaramanga a en sus emisaras camunitarias ubicadas en Girán, Lebrija, Rianegra a Santa Bárbara.

Glosario

- **Deck:** Equipo de baja frecuencia que reproduce el sonido contenido en los cassettes.
- **Excitador:** es un equipo de alta frecuencia que agrega una potencia intermedia entre el modulador y el transmisor
- **Amplificador de potencia:** Equipo de alta frecuencia que agrega la potencia final con la cual se va a emitir ó radiar la señal de la emisora.
- **Transmisor:** Equipo de alta frecuencia que combina en un solo aparato las etapas de modulación, excitación y amplificación de potencia.
- **Antena:** Es un elemento pasivo (que no agrega potencia) para convertir la energía eléctrica en ondas electro-magnéticas, funciona tanto para emisión como para recepción.
- **Monitor de modulación:** Dispositivo de medida para conocer el nivel actual (alto, bajo, óptimo) de la señal emitida.
- **Frecuencíómetro:** Dispositivo de medida para conocer las variaciones de la radio frecuencia en la cual se está emitiendo
- **Sayco y Acimpro:** Entidades privadas que se encargan de recaudar los derechos de uso de piezas musicales registradas a favor de los autores, compositores, intérpretes y productores.
- **Líneas telefónicas sin temporizador:** líneas desde las que se puede hablar sin que se corte la llamada.
- **Cuña:** Espacio publicitario breve que se incluye en un programa de radio o televisión.
- **Lector de CD:** Es un equipo de baja frecuencia y reproduce el sonido contenido en los discos compactos.
- **Tiempo al aire:** espacio de tiempo que utiliza el productor para emitir un programa.

- **Sonido ambiente:** todo aquel sonido que se registre en el lugar en el que se encuentra. Así, sonido ambiente de una calle estará conformado por carros, pitos, gente que habla, vendedores, etc...
- **Muletillas:** repeticiones en las que suele caer el locutor. Ej: eehh, Ummmm, este, de esta farma, etc
- **Audiencia:** pública que escucha las mensajes que se emiten
- **Tarifario:** es una tabla que definen las empresas de camunicacianes para afrecer sus servicias de venta a arrendamienta. Allí se citan las castas que tiene una cuña, transmisianes, arrendamientas, etc.
- **Remasterización:** después de editada el pragrama se realiza este pracesa para alcanzar una mejar calidad en el sanida y lagrar estándares de audia áptimas.
- **Pre-producción:** primera etapa de la creacián de un pragrama radial. En ella se define cóma va a realizarse el programa: temática, búsqueda de música, elaboración de guiones, etc.
- **Producción:** segunda etapa de un programa de radio. Abarca todo lo relacionado con "salir al aire".
- **Post-producción:** etapa final. Se está fuera del aire. Allí se dedica un momento para revisar lo ocurrido en el programa de radio.
- **Intención comunicativa:** objetivo con el que se entra en una comunicación.
- **Puntos "muertos":** lugares en donde el sonido se pierde. Para el caso de transmisiones con inalámbricos, en algunas partes la señal desaparece. Metros adelante se reestablece.
- **Pieza radial:** Nambre que se asigna a diferentes praductas generadas desde la radia: Cuña, glasa, mensaje, pisada, etc.
- **Interacción verbal:** intercambia de palabras que se establece en cualquier escenaria.
- **Coordinador de piso:** para el casa de las transmisianes en directa, par ejempla, esta es la persana encargada de caardinar que la señal emitida sea de la más alta calidad. Se preacupa y acupa par la caardinacián de cada detalle y par el resultada final de la transmisián.

Glosario

- **Acústica:** La ciencia y el estudio del sonido; condiciones sonoras de un estudio.
- **Entonación:** Es el resultado de las variaciones de tono que se van sucediendo mientras hablamos.
- **Modulación:** Proceso o paso absolutamente necesario para conseguir que las ondas hertzianas, de frecuencia mucho más alta, sirvan de vehículo para transportar las señales de audiofrecuencia (sonido) del emisor al receptor. Las formas más utilizadas para modular una señal de audio, sobre todo en la radio comercial, son en Amplitud (AM y (FM)
- **Audio:** Con este nombre se identifica la señal sonora una vez transformada en señal eléctrica.
- **Montaje radiofónico:** Es la combinación ordenada de todos los componentes del lenguaje radiofónico que se presentan en una determinada emisión, aunque su objeto principal es combinar distintos sonidos con el fin de generar una acción.
- **Parrilla de programación:** Es la síntesis de la oferta programática de una emisora. Generalmente, las parrillas son como una especie de plano que contiene el título de los programas y el espacio temporal que ocupan, así como el día en el que se emiten.
- **Retroalimentación ó Feedback:** Trasmisión de información en dos direcciones que busca compartir contenidos entre el emisor y el receptor.

- Emisora San Juan de Girón
- La Voz de Lebrija
- La Voz de la Inmaculada de Rionegro
- Parroquia Santísima Trinidad
- Parroquia Cristo Resucitado
- Planeta Paz
- Acoapacos Televisión
- Seminario Mayor Arquidiocesano de Bucaramanga
- Casa de Retiros Foyer de Charité
- Casa de la Misericordia
- Delegación de Comunicaciones Arquidiócesis de Bucaramanga
- Seminario Menor San Pío X





Multivision Ltda.
Medios Audiovisuales

la radio
Un medio para la Imaginación